UNIVERSITÉ PARIS-EST
Pôle de recherche et d'enseignement supérieur

Ecole doctorale Cultures et Sociétés

THESE DE DOCTORAT EN HISTOIRE CONTEMPORAINE

Présentée par Serge DUPUY-FROMY

Les jeux vidéo dans la société française: des années 1970 au début des années 2000

Volume 1 : texte

Thèse dirigée par André ENCREVE

Soutenue le 17 décembre 2012

Membres du jury :

Catherine BERTHO-LAVENIR, professeure à l'Université Sorbonne Nouvelle (rapporteur)

Jean-Noël JEANNENEY, professeur émérite de l'Institut d'Etudes Politiques de Paris (rapporteur)

Jean-François SIRINELLI, professeur à l'Institut d'Etudes Politiques de Paris

Rémi FABRE, professeur à l'Université Paris Est Créteil

André ENCREVE, professeur émérite de l'Université Paris Est Créteil

Résumé

Cette thèse a pour objet d'étude les jeux vidéo en France. Ce nouveau loisir apparu commercialement dans le milieu des années 1970 aux Etats-Unis, est devenu, en trente ans d'existence, une véritable industrie au même titre que le cinéma ou la musique.

Son émergence et son développement vont de pair avec les débuts et l'essor de l'informatique de loisir et des ordinateurs grand public dont le jeu est l'un des éléments déterminant de leur succès.

Nous étudierons ainsi tout ce qui a trait à cette industrie, son économie (marchés, acteurs, politiques commerciales), les différentes machines de jeu et les jeux (conception, genres, thèmes abordés). Nous analyserons les joueurs, leurs profils, leurs goûts ainsi que la presse française et les différentes manifestations (salons, concours, compétitions) liées à ce media.

Nous parlerons également des influences et des inspirations du jeu vidéo, de ses rapports avec les arts et les autres loisirs. D'autre part, nous mentionnerons les obstacles rencontrés et les accusations portées envers les jeux vidéo (violence, maladie, isolement) ainsi que leur dimension politique et la vision et l'action des politiques et des gouvernements sur cette industrie.

En somme, le but d'un tel sujet est de comprendre et d'expliquer ce nouveau type de loisir mais aussi de réfléchir sur le sens que possède son développement et en quoi il est représentatif des évolutions de la société française depuis une trentaine d'années.

Mots-clefs : jeux vidéo, histoire contemporaine, histoire sociale, France, Japon, console, pratiques culturelles, société numérique, TIC, Internet, presse vidéoludique, Nintendo, Sega, Playstation, *manga*, animation japonaise

Summary

This thesis is to study video games in France. Thirty years of existence, this new leisure appeared commercially in the mid-1970s in the United States, became a real industry in the same way as film or music.

Its emergence and development go hand in hand with the beginnings and the development of computing leisure and public computers with the game is one of the elements determinant of their success.

We will thus examine everything that relates to this industry, its economy (market players, trade policy), various gaming machines and games (design, genres, themes). We will analyze players, their profiles, their tastes as well as the French press and the various events (exhibitions, contests, competitions) related to this media.

We will also talk about influences and inspirations of the video game, on the relationship of the arts and other recreation. On the other hand, we will mention the obstacles encountered and the charges to the video games (violence, disease, isolation) as well as their political dimension and vision and action policies and Governments on this industry.

In short, the purpose of such a topic is to understand and to explain this new type of leisure, but also reflect on the meaning that has its development and how it is representative of the evolution of French society over the past thirty years.

Key-words : video games, contemporary history, social history, France, Japan, console, cultural practices, digital society, ICT, Internet, video games journalism, Nintendo, Sega, Playstation, manga, japanese animation

REMERCIEMENTS

Je tiens à remercier en tout premier lieu monsieur André Encrevé pour avoir accepté de diriger ces recherches et surtout de m'avoir permis de me lancer dans un sujet qui n'avait pas de connotation encore historique et, de ce fait, qui n'était que très peu exploré. Je le remercie pour son aide, sa disponibilité, sa patience et sa confiance renouvelée tout au long de ces années.

Je veux également remercier Mme Catherine Bertho-Lavenir ainsi que MM. Rémi Fabre, Jean-Noël Jeanneney et Jean-François Sirinelli d'avoir accepté de faire partie du jury qui évaluera ce travail.

Une pensée toute particulière à ma mère et à mon père qui sont décédés durant l'élaboration de cette thèse.

Je tiens à remercier tout spécialement Elise pour son soutien, sa gentillesse, et sa patience.

J'exprime toute ma gratitude envers ma famille pour leur soutien et particulièrement à ma tante, mon oncle, ma cousine Misia, Christian, Odile, Françoise, Alice et Filou.

Je voudrais remercier mes amis : Pascal, Anthony Ménard, WIZARD, Linda, Solène, Sonia, Matthieu, Thanh-Ha Ly, mais aussi Ryoko et Ichi *kun*, Hirohiko Araki et Ono *sama* pour ses gâteaux.

SOMMAIRE

Résumé..... p. 2.

Remerciements ..... p. 3.

Sommaire ..... p. 4.

Index ..... p. 9.

Introduction générale ..... p. 12.

Chapitre 1 : Présentation générale ..... p. 23.

I) Une France numérique..... p. 24.

1) La France à l'aube du nouveau millénaire..... p. 24.

a) Les pratiques culturelles des français ..... p. 24.

b) Le développement de l'informatique..... p. 35.

2) Les cultures et les loisirs de la jeunesse ..... p. 40.

a) La culture juvénile ..... p. 40.

b) Une certaine « nipponisation » de culture française par l'intermédiaire de l'animation japonaise et du *manga*..... p. 43.

II) Les méthodes de travail ..... p. 63.

Chapitre 2 : L'industrie des jeux vidéo ..... p. 78.

I) Les machines ludiques ..... p. 79.

1) L'arcade ..... p. 79.

a) Les salles d'arcade..... p. 79.

b) Les bornes d'arcade ..... p. 89.

2) Les consoles ..... p. 100.

a) 1972 – 1983 : les premières consoles..... p. 100.

b) 1983 – 1994 : l'ère des consoles japonaises ..... p. 111.

c) 1994 – 2003 : Nintendo et Sega face à deux nouveaux concurrents .. p. 122.

d) Les consoles portables..... p. 144.

3) Les ordinateurs..... p. 153.

a) Les premiers micro-ordinateurs familiaux..... p. 153.

b) L'*Atari 520* ST et l'*Amiga 500*..... p. 166.

c) Le règne du *PC*..... p. 170.

II) Les logiciels ludiques..... p. 177.

1) La création d'un jeu vidéo..... p. 177.

a) La conception..... p. 177.

b) La formation et les études pour intégrer le secteur..... p. 194.

c) Les jeux amateurs..... p. 202.

2) Physionomie d'un jeu vidéo..... p. 210.

a) Caractéristiques..... p. 210.

b) Les thèmes rencontrés dans les jeux vidéo..... p. 223.

c) L'histoire dans les jeux vidéo..... p. 229.

3) Les genres de jeux vidéo..... p. 243.

a) Les différentes classifications..... p. 243.

b) Les jeux traditionnels, de réflexion et les titres éducatifs..... p. 248.

c) Les simulations, les jeux de gestion et les jeux de sport..... p. 255.

d) Les jeux d'aventure, les jeux de rôle et ceux de stratégie..... p. 264.

e) Les jeux d'action..... p. 276.

f) Les jeux en ligne..... p. 286.

III) Economie du secteur des jeux vidéo..... p. 295.

1) Le développement d'un nouveau secteur économique..... p. 295.

a) Le marché de l'emploi dans le jeu vidéo..... p. 295.

b) Le marché du jeu vidéo..... p. 310.

c) Le piratage ..... p. 328.

2) Les politiques commerciales ..... p. 343.

a) Les tendances commerciales du secteur ..... p. 343.

b) La publicité ..... p. 360.

3) Le commerce des jeux vidéo ..... p. 376.

a) La distribution de jeux vidéo ..... p. 376.

b) La consommation de jeux vidéo ..... p. 387.

Chapitre 3 : Le joueur et son environnement ..... p. 402.

IV) Les joueurs ..... p. 403.

1) Le différents types de joueur ..... p. 403.

a) Les joueurs de jeux vidéo ..... p. 403.

b) Les catégories de joueur ..... p. 414.

2) Les préférences des joueurs ..... p. 426.

a) Les goûts des joueurs ..... p. 426.

b) Le phénomène du « rétroludique » ..... p. 436.

V) La Presse ..... p. 443.

1) Les jeux vidéo dans la presse française ..... p. 443.

a) Les jeux vidéo dans la presse généraliste ..... p. 443.

b) Les jeux vidéo à la radio et à la télévision ..... p. 452.

c) La presse spécialisée ..... p. 463.

d) Les rubriques types des magazines spécialisés ..... p. 478.

e) Les journalistes de jeux vidéo ..... p. 506.

2) Analyse de la presse spécialisée de jeux vidéo ..... p. 514.

a) L'état de la presse dédiée aux jeux vidéo en France ..... p. 514.

b) Problèmes et critiques de la presse spécialisée ..... p. 532.

VI) Les manifestations et les salons ..... p. 550.

1) Les salons dédiés aux jeux vidéo ..... p. 550.

a) Les événements américains et japonais ..... p. 550.

b) Les salons français ..... p. 554.

2) Les compétitions autour des jeux vidéo ..... p. 563.

a) Les différents types de compétition ..... p. 563.

b) Le développement du « sport électronique » ..... p. 569.

Chapitre 4 : Les jeux vidéo et la société ..... p. 576.

VII) Les influences et les inspirations du jeu vidéo ..... p. 577.

1) Les jeux vidéo et l'art ..... p. 577.

a) Les relations entre le jeu vidéo et les médias artistiques ..... p. 577.

b) Le jeu vidéo est-il un art ? ..... p. 595.

2) Jeux, culture et société ..... p. 607.

a) Les jeux vidéo comme une culture ..... p. 607.

b) Le futur du jeu vidéo ..... p. 614.

c) Perception du jeu vidéo en France ..... p. 620.

VIII) Les reproches faits aux jeux vidéo ..... p. 630.

1) Un loisir dangereux ? ..... p. 630.

a) Les principaux griefs articulés contre les jeux vidéo ..... p. 630.

b) Les peurs vis-à-vis de la pratique des jeux vidéo ..... p. 644.

2) Pourquoi jouer aux jeux vidéo ? ..... p. 653.

a) Les raisons de s'adonner aux jeux vidéo ..... p. 653.

b) Des réponses aux critiques : les conseils d'utilisation ..... p. 663.

IX) La politique et les jeux vidéo ..... p. 668.

I) La dimension politique des jeux vidéo ..... p. 668.

a) Les relations entre politique et jeux vidéo ..... p. 668.

b) Les jeux vidéo : un nouveau média de propagande ? ..... p. 675.

2) Existe-t-il une politique du jeu vidéo en France ? ..... p. 684.

a) Les actions de l'Etat français dans le domaine des jeux vidéo ..... p. 684.

b) Problèmes et manquements des politiques françaises pour les jeux .... p. 694.

Conclusion générale ..... p. 704.

Bibliographie ..... p. 713.

Index

Tableaux

Chapitre 1

Tableau 1.1: Dépenses en programmes audiovisuels des ménages entre 1980 et 2008 **p. 25**
Tableau 1.2: Evolution de l'écoute de la musique entre 1973 et 2008 **p. 26**
Tableau 1.3: Part budgétaire de la presse, selon l'année de naissance de la personne de référence du ménage **p. 29**
Tableau 1.4: Pratiques en amateur (autre que musicale) entre 1973 et 2008 **p. 30**
Tableau 1.5: Pratique musicale en amateur entre 1973 et 2008 **p. 30**
Tableau 1.6: Fréquentation des salles de cinéma (au moins une fois au cours des 12 derniers mois, entre 1973 et 2008) **p.31**
Tableau 1.7: Fréquentation de concerts de rock ou de jazz au cours des 12 derniers mois, entre 1973 et 2008 **p. 32**
Tableau 1.8: Inscription et fréquentation d'une bibliothèque au cours des 12 derniers mois, entre 1973 et 2008 **p. 32**
Tableau 1.9: Fréquentation régulière des salles de cinéma (12 fois ou plus au cours des 12 derniers mois) **p. 33**
Tableau 1.10: Consommation des ménages globale et en TIC entre 1970 et 2003 **p. 35**
Tableau 1.11: Dépenses culturelles et de loisirs de 1990 à 2003 (en %) **p. 37**

Chapitre 2

Tableau 2.1: Répartition de la puissance de calcul lors de la création d'un jeu au début des années 2000 **p. 181**
Tableau 2.2: Répartition moyenne du prix de vente d'un jeu (TTC) au début des années 2000 **p. 188**
Tableau 2.3: Taux de chômage de 1975 à 2004 **p. 295**
Tableau 2.4: Indépendant **p. 300**
Tableau 2.5: Programmeur **p. 301**
Tableau 2.6: Graphiste **p. 301**
Tableau 2.7: Architecte de jeu **p. 302**
Tableau 2.8: Nombre de consoles vendues en France de 1987 à 1991 **p. 316**
Tableau 2.9: Evolution des ventes de jeux vidéo en France **p. 316**
Tableau 2.10: Répartition par genre des ventes de CD-Rom en volume en 2000 (ventes réalisées en France auprès des consommateurs finaux) **p. 317**
Tableau 2.11: Evolution du taux d'équipement des foyers (1er trimestre 2003) **p. 318**
Tableau 2.12: Distribution de jeux vidéo (consoles et jeux) en France en 1993 **p. 387**
Tableau 2.13: Exemple de prix des ordinateurs de génération 8 bits et 16 bits **p. 391**
Tableau 2.14: Prix des consoles et de leurs jeux au moment de leur sortie en France **p. 392**
Tableau 2.15: Prix des consoles portables et de leurs jeux lors de leur sortie en France **p. 392**

Chapitre 3

Tableau 3.1 : Evolution de l'écoute de la radio (en %) **p. 453**
Tableau 3.2 : Evolution de l'écoute de la radio selon la classe d'âge **p. 453**
Tableau 3.3: Durée d'écoute de la radio (en heure par semaine) **p. 454**
Tableau 3.4 : Evolution de l'écoute de la télévision (en %) **p. 461**
Tableau 3.5: Chiffre affaire presse spécialisée grand public **p. 515**
Tableau 3.6: Salons spécialisés dans les jeux vidéo **p. 558**
Tableau 3.7: Manifestations consacrées aux *manga* et à l'animation japonaise **p. 559**
Tableau 3.8: Affluence du salon du livre et du salon du chocolat **p. 559**
Tableau 3.9: Affluence de *Japan Expo* de 2006 à 2012 **p. 560**
Tableau 3.10: Affluence *Paris Game Week* entre 2010 et 2011 **p. 560**
Tableau 3.11: Affluence *Salon du livre* de 2006 à 2012 **p. 560**

Graphiques

Chapitre 1

Graphique 1.1: Dépenses des ménages en livres et en presse **p. 27**
Graphique 1.2: Part de la presse et du livre dans le budget des ménages **p. 28**
Graphique 1.3: Part budgétaire de la presse, selon l'année de naissance de la personne de référence du ménage **p. 29**
Graphique 1.4: Consommation des ménages globale et en TIC de 1960 à 2005 **p. 36**

Chapitre 2

Graphique 2.1: Évolution annuelle des prix des micro-ordinateurs **p. 173**
Graphique 2.2: Répartition des coûts d'une production de jeu vidéo par grands postes (de développement) au début des années 2000 **p. 187**
Graphique 2.3: Evolution de l'équipement des ménages et du taux d'accès à Internet **p. 289**
Graphique 2.4: Marché mondial du jeu vidéo entre 2003 et 2008 (millions d'euros) **p. 315**
Graphique 2.5: Les jeux et jouets : le chiffre d'affaires de 1990 à 1994 **p. 321**
Graphique 2.6: Nombre de point de vente spécialisé entre 1996 et 2012 **p. 381**

Chapitre 3

Graphique 3.1: Age des joueurs au début de l'année 1983 **p. 403**
Graphique 3.2: Lecture de livre selon le sexe et l'âge 1973-2008 **p. 406**
Graphique 3.3 : Évolution de la répartition du budget des ménages consacré aux TIC entre 1960 et 2005 **p. 408**
Graphique 3.4 : Proportions d'individus âgés de 18 ans et plus disposant d'un micro-ordinateur à leur domicile (en %) **p. 409**
Graphique 3.5 : Genre de logiciels utilisés **p. 410**
Graphique 3.6: Composition du marché des jeux vidéo au début de l'année 1983 selon *Tilt* **p. 432**
Graphique 3.7: Répartition du marché par type de jeux en 2003 **p. 432**
Graphique 3.8: Préférence des lecteurs de *Génération 4* au milieu des années 1990 **p. 433**
Graphique 3.9: Chiffre affaire presse spécialisée grand public **p. 515**

Illustrations

Chapitre 2

Illustration 2.1: Bornes d'arcade verticales **p. 89**
Illustration 2.2 : Borne en forme de table rectangulaire **p. 90**
Illustration 2.3: Bornes de luxe **p. 91**
Illustration 2.4: Exemples de bornes dédiées avec un accessoire original **p. 95**
Illustration 2.5: Consoles d'arcade **p. 98**
Illustration 2.6: *Console Pong* Atari et de la famille SD **p. 102**
Illustration 2.7: *Videopac C52* **p. 104**
Illustration 2.8: Atari *VCS* **p. 105**
Illustration 2.9: Mattel *Intellivision* **p. 107**
Illustration 2.10: *Colecovision* **p. 108**
Illustration 2.11: *NES* **p. 113**
Illustration 2.12: *Master Sytem* **p. 115**
Illustration 2.13: *Megadrive* **p. 117**
Illustration 2.14: *Super Famicom/Nintendo* **p. 118**
Illustration 2.15: *Playstation* **p. 124**
Illustration 2.16: *Sega Saturn* **p. 127**
Illustration 2.17: *Nintendo 64* **p. 128**
Illustration 2.18: *Dreamcast* **p. 132**
Illustration 2.19: *Playstation 2* **p. 134**
Illustration 2.20: *Gamecube* **p. 136**
Illustration 2.21: *Xbox* **p. 138**
Illustration 2.22: *Game and Watch* **p. 145**
Illustration 2.23: *Game Boy* **p. 146**
Illustration 2.24: *Game Boy Advance* et *Game Boy Advance SP* **p. 149**
Illustration 2.25: Ordinateur *MSX Sony Hit Bit* **p. 155**
Illustration 2.26: *Thomson TO7 et MO5* **p. 156**
Illustration 2.27*: Apple II* **p. 157**
Illustration 2.28: *Atari 400/800 et 800XL* **p. 158**
Illustration 2.29: *Vic 20* et *Commodore 64* **p. 160**
Illustration 2.30: *Sinclair ZX81* et *Oric 1* **p. 161**
Illustration 2.31: *CPC 464 et 6128* **p. 162**
Illustration 2.32: *520 ST* et *Amiga 500* **p. 167**
Illustration 2.33: Scène de *Final Fantasy VIII* (*Playstation*, 1999) **p. 219**
Illustration 2.34: Scène de *Final Fantasy VI* (*Super Nintendo*, 1994) **p. 220**
Illustration 2.35: Exemples de jeux en deux dimensions **p. 220**
Illustration 2.36: Exemples de jeux en trois dimensions **p. 221**
Illustration 2.37: *Sargon V* **p. 249**

Illustration 2.38: *Tetris* et *Puzzle Bobble* **p. 251**
Illustration 2.39: *Marble Madness* et *Lemming's* **p. 252**
Illustration 2.40: *Arkanoid* **p. 253**
Illustration 2.41: *Flight Simulator 2* et *Flight Simulator 2004* **p. 256**
Illustration 2.42: *Sim City 4* **p. 258**
Illustration 2.43: *The Sims* **p. 258**
Illustration 2.44: Exemples de jeu futuriste **p. 260**
Illustration 2.45: Différentes vues des terrains de football **p. 261**
Illustration 2.46: Jeu de type roman visuel **p. 265**
Illustration 2.47: Aventure graphique **p. 266**
Illustration 2.48: Jeux de genre « pointer et cliquer » **p. 266**
Illustration 2.49: *Myst* **p. 267**
Illustration 2.50: Jeux de type « survival horror » **p. 268**
Illustration 2.51: Phase de recherche et phase de combat **p. 269**
Illustration 2.52: Jeux de rôle occidental **p. 270**
Illustration 2.53: Jeux de rôle *« à la japonaise »* **p. 271**
Illustration 2.54: Jeu de type « porte-monstre-trésor » **p. 271**
Illustration 2.55: Jeu de rôle action **p. 272**
Illustration 2.56: jeu de rôle tactique **p. 273**
Illustration 2.57: jeu de stratégie **p. 274**
Illustration 2.58: Exemples de jeu d'action **p. 277**
Illustration 2.59: Jeux musicaux **p. 278**
Illustration 2.60: Jeux de plates-formes **p. 278**
Illustration 2.61: Jeux de tir aérien **p. 280**
Illustration 2.62: Jeux de combat à progression **p. 281**
Illustration 2.63: Jeux de combat en duel **p. 282**
Illustration 2.64: jeux de tir à la première personne **p. 284**
Illustration 2.65: Jeux de rôle massivement multijoueurs **p. 287**
Illustration 2.66: Publicité pour console *Odyssey* **p. 363**
Illustration 2.67: Quelques publicités caractéristiques du début des années 1980 **p. 363**
Illustration 2.68: Publicités pour les consoles Atari *VCS* et Mattel *Intellivision* **p. 364**
Illustration 2.69: Publicités Sega (*Megadrive*, *Saturn*, *Dreamcast*) **p. 365**
Illustration 2.70: Quelques publicités pour la console *Playstation* **p. 366**
Illustration 2.71: Publicités pour quelques jeux vidéo **p. 367**
Illustration 2.72: Publicités qui utilisent un thème violent **p. 369**
Illustration 2.73: Publicités à caractère « érotique » **p. 369**
Illustration 2.74: Publicité pour *Atari ST* et *Amiga 500* **p. 372**

Chapitre 3

Illustration 3.1: Exemples de pages de tests **p. 484**
Illustration 3.2: Test du jeu *Bushido Blade* dans *Joypad* n° 73 mars 1998 **p. 485**
Illustration 3.3: Test du jeu *Assault Rigs* dans *Player One* n° 61 février 1996 **p. 487**
Illustration 3.4: Test du jeu *Dragon Force* dans *Joypad*, n° 68 octobre 1997 **p. 488**
Illustration 3.5: Test du jeu *Xenogear* dans *Joypad* n° 74 avril 1998 **p. 488**
Illustration 3.6: Test du jeu *Medal of honnor : l'offensive* dans *Génération 4* n° 170 octobre 2003 **p. 489**
Illustration 3.7 : « Trombinoscope » de *Tilt* 121 **p. 500**
Illustration 3.8 : « Trombinoscope » de *Consoles* + 96 **p. 501**
Illustration 3.9 : « Trombinoscope » de *Joypad* 100 **p. 501**
Illustration 3.10 : Quelques « unes » qui datent des années 1980 **p. 539**
Illustration 3.11: Une uniformisation des couvertures **p. 540**
Illustration 3.12: Exemples de couverture sur la série *Dragon Ball Z* **p. 541**

Chapitre 4

Illustration 4.1: *Chrono Trigger* par Akira Toriyama **p. 584**
Illustration 4.2: *Panzer Dragoon* par Moebius **p. 584**
Illustration 4.3: *Final Fantasy VI* par Yoshitaka Amano **p. 584**
Illustration 4.4: *Jet Set Radio* (*Dreamcast*) **p. 586**
Illustration 4.5: *Zelda : the wind waker* (*Gamecube*) **p. 586**
Illustration 4.6: *Auto Modelista* (*Playstation 2*) **p. 586**
Illustration 4.7: *Rez* (*Dreamcast*) **p. 588**
Illustration 4.8: Quelques exemples de mosaïques de l'artiste Invader **p. 589**
Illustration 4.9 : Norme PEGI **p. 665**
Illustration 4.10: Interview des candidats à l'élection présidentielle de 1995 **p. 694**

Introduction générale

Nouvelle forme de divertissement, les jeux vidéo[1] apparaissent commercialement au début des années 1970 aux Etats-Unis. Liés au monde du jeu et du jouet, de l'informatique et même des médias, ils sont rapidement devenus une véritable industrie au même titre que le cinéma ou la musique. Le jeu vidéo peut se définir comme un logiciel de loisir qui comporte des images en mouvement et une dimension interactive[2]. Il se construit et évolue avec et grâce au joueur[3] et à ses actions[4]. Pour fonctionner et exister, il a besoin d'un système utilisant une technologie informatique, d'un périphérique de contrôle et d'un écran. En outre, Il apporte une nouvelle perspective au poste de télévision avec lequel il est susceptible de fonctionner. Cette nouvelle forme de jeu donne ainsi la possibilité aux joueurs d'interagir avec le téléviseur qui, ordinairement, laisse passif le téléspectateur devant les émissions diffusées. Le jeu vidéo revêt de nombreuses formes puisqu'il peut se pratiquer individuellement, collectivement mais aussi chez soi ou à l'extérieur, dans des lieux dédiés ou grâce à des systèmes portatifs. Au fur et à mesure de son enracinement et de sa progression dans la société, une culture du jeu vidéo se façonne avec ses lieux emblématiques, sa presse spécifique ainsi que ses propres productions classiques ou ses vedettes.

Les jeux vidéo accompagnent l'émergence de l'informatique ainsi que le développement des loisirs dit numériques et des produits de consommation issus des nouvelles technologies de l'information et de la communication (les fameux NTIC). Soulignons que certains produits du numérique sont nés durant les années 1970 comme le CD ou la photographie numérique. Cependant, leur exploitation commerciale ne se fait qu'à partir de la seconde moitié des années 1980, puis durant les années 2000. Les jeux vidéo sont les premiers à émerger et à se répandre dans la population peut être parce qu'ils sont justement des jeux et que cette nature favorise la curiosité du public et leur adoption.

---

[1] Rappelons que le mot vidéo ne prend pas de « s ». Il est invariable car c'est un nom utilisé comme adjectif.
[2] Roustan (Mélanie, sous la direction de), *La pratique du jeu vidéo : réalité ou virtualité ?*, Paris, Editions L'Harmattan, 2003, 224 p. ; p. 14.
[3] Graillat (Ludovic, direction), *De Tron à Matrix : réflexions sur un cinéma d'un genre nouveau*, actes du colloque des 2,3 et 4 février 2004, cinémathèque de Toulouse, CRDP Midi-Pyrénées, mars 2006, 220 p. ; p. 56.
[4] Selon les possibilités offertes et prévues par les concepteurs.

Les balbutiements

La première étape de leur apparition consiste en une phase de balbutiement s'étendant de la fin des années 1940 au début des années 1970. Durant cette période, les jeux vidéo n'ont pas d'existence commerciale et ils sont réalisés, pour la plupart, sur des calculateurs analogiques puis sur les premiers ordinateurs programmables. Ils sont principalement le fait d'universitaires (professeurs, étudiants) qui les conçoivent dans un but de détente mais aussi afin d'explorer les possibilités techniques de leur matériel de travail.

Parmi les premiers jeux créés, il faut tout d'abord mentionner deux exceptions qui ne sont pas des programmes informatiques. La première est une forme primitive de jeu vidéo qui date de 1946 ou 1947[5]. Il s'agit d'un système ludique construit à partir de circuits analogiques, utilisant un tube cathodique et qui ne peut pas envoyer de signal vidéo (vers un moniteur ou une télévision) ni avoir de graphismes[6]. Ne possédant pas de nom particulier, ce jeu est un simulateur de missile qui s'inspire des écrans radars de la Seconde Guerre mondiale. Il est inventé par Thomas T. Goldsmith Jr[7]. et Estle Ray Mann, et il est également à l'origine du premier brevet de jeu vidéo. La seconde exception prend la forme d'un ordinateur dénommé *NIMROD* qui est fabriqué par la firme anglaise Ferranti. Présenté en 1951 lors d'une exposition nationale en Grande-Bretagne, il est le premier à être voué (et conçu uniquement pour ce but) à un jeu, en l'occurrence le jeu de Nim[8].

A côté de ces deux systèmes ludiques, nous pouvons citer cinq autres programmes. En 1952, Alexander S. Douglas, un étudiant de l'Université de Cambridge, réalise un jeu de morpion, nommé *OXO*[9], pour illustrer sa thèse sur les

[5] La date de 1947 (janvier) est retenue par défaut, en raison du peu d'informations connues. Elle constitue la date de dépôt, auprès des autorités américaines, du brevet du jeu (enregistré en 1948). Cependant, il n'est pas exclu de penser que la réalisation date de 1946. http://www.pong-story.com/intro.htm

[6] Pour des raisons technologiques, il est impossible en 1946/1947 de dessiner des graphismes « électroniques ». Afin de palier cet inconvénient, des cibles sont dessinées sur un support placé sur le tube cathodique.

[7] Thomas Toliver Goldsmith, Jr. (Greenville, Caroline du Sud, Etats-Unis, 9 janvier 1910 – Lacey, Washington, Etats-Unis, 5 mars 2009). Professeur de physique et pionnier de la télévision (il travaille pour l'entreprise DuMont Laboratories, spécialisée dans le domaine). http://en.wikipedia.org/wiki/Thomas_T._Goldsmith_Jr.

[8] Jeu de Nim : Jeu de stratégie se jouant à deux joueurs (au tour par tour) et disposant d'un très grand nombre de variantes. Des règles précises fixent la partie (il n'y a pas de hasard) qui consiste à prendre au moins un objet par tour (pièce de monnaie, allumette, jeton). Selon la variante, le vainqueur est par exemple le joueur qui prend ou ne prend pas le dernier objet.

[9] Le jeu se pratique contre la machine. Voir annexe jeux p. 138.

interactions homme-ordinateur. Le titre représente le premier jeu disposant de graphismes et qui fonctionne sur un ordinateur[10]. En 1958, le physicien William Higinbotham développe *Tennis for Two*[11], un jeu de tennis, dans l'optique de distraire les visiteurs des journées portes ouvertes du Laboratoire national de Brookhaven (Etats-Unis). Le jeu est programmé sur un ordinateur relié à un oscilloscope (à tube cathodique). Le court de tennis y est vu de profil et les sportifs ne sont pas représentés. Les joueurs dirigent la balle, au moyen d'un dispositif de contrôle utilisant un bouton et une molette. En 1959, deux jeux (*Mouse in the Maze*, *Tic-Tac-Toe*) sont programmés sur un ordinateur expérimental de l'Institut de technologie du Massachusetts (MIT). Ils ont la particularité de se jouer avec un stylo optique. En 1962, des étudiants du MIT[12] achèvent *Spacewar*[13], un jeu de combat spatial, fonctionnant sur l'un des premiers mini-ordinateurs, le *PDP-1* de l'entreprise DEC. Ce jeu voit s'affronter deux vaisseaux, tournant autour d'une étoile et ayant la possibilité de pivoter, d'accélérer et de tirer des missiles. Pour corser l'épreuve, l'étoile exerce une force gravitationnelle qui oblige les joueurs à corriger les trajectoires de leur vaisseau. De plus, ils doivent gérer la limitation du carburant du vaisseau et de ses missiles. Enfin en 1968, un étudiant écrit un logiciel à vocation ludique, sur un ordinateur *PDP-8*, pour faire la démonstration du langage informatique *Focal*. Connu sous les noms d'*Hamurabi* ou *The summer game*, le jeu est un titre de gestion, dépourvu de graphisme. Il propose au joueur d'administrer un royaume, à travers la vente et l'achat de terrains ou la gestion des semences céréalières. Signalons que nous n'avons pas trouvé de documents mentionnant l'existence de jeux crées en France durant cette période.

Première machine : la borne d'arcade

A partir de 1972, débute l'ère commerciale des jeux vidéo. Trois types de systèmes ludiques s'imposent comme les principaux supports de ce loisir. Le premier est la borne d'arcade. Il s'agit d'un appareil ludique qui offre la possibilité, après paiement, de jouer à un jeu vidéo. Cette borne est installée généralement dans des bars, des lieux de divertissement (fête foraine, parc d'attraction), des endroits

[10] *OXO* est programmé sur l'ordinateur EDSAC (Electronic Delay Storage Automatic Calculator).
[11] Voir annexe jeux p. 158.
[12] Le jeu est principalement réalisé par Stephen Russel, Wayne Wiitanen et Martin Graetz.
[13] Voir annexe jeux p. 153.

spécifiquement dédiés (les salles d'arcades) ou aussi divers qu'un centre commercial. C'est aux Etats-Unis qu'elle apparaît tout d'abord. La borne connue à ce jour comme étant la première à être mise à disposition du consommateur, est installée en septembre 1971 à la Tresidder Union de l'Université de Stanford en Californie[14].

Elle se nomme *Galaxy Game*[15] et il s'agit d'un jeu reprenant le principe de *Spacewar*. Le titre est également le tout premier jeu commercial de l'histoire de l'industrie. Si l'engouement suscité par *Galaxy Game* est grand dès le début, il est en revanche confiné géographiquement, ce qui fait du jeu vidéo toujours l'apanage des universités. Cependant, la donne change deux mois après l'installation de *Galaxy Game*, avec la sortie en novembre 1971 de *Computer Space*, un autre titre qui s'inspire de *Spacewar*. Crée par Nolan Bushnell[16], ce jeu[17] est considéré comme la première borne d'arcade, mais aussi, comme le premier jeu vidéo, tout support confondu, à être commercialisé et produit en série[18]. L'idée de pouvoir commercialiser ce type de jeu et surtout d'intéresser le public avec ce nouveau genre de produit, ne lui vient pas immédiatement à l'esprit mais durant un été alors qu'il travaille dans un parc d'attraction à Salt Lake City. Toutefois, le jeu ne remporte pas le succès escompté[19] car le public le trouve beaucoup trop compliqué[20]. Malgré cet échec, les ventes de la borne rapportent tout de même de l'argent.

Nolan Bushnell ne se décourage pas pour autant, et il se met à travailler sur un nouveau jeu, en tirant les leçons de l'échec de *Computer Space*. Il s'attache à répondre aux attentes du public qui désire avant tout, des jeux simples et

[14] http://infolab.stanford.edu/pub/voy/museum/galaxy.html
[15] Voir annexe jeux p. 125.
[16] Voir annexe personnalités p. 97.
[17] Nolan Bushnell débute la réalisation de *Computer Space* chez lui, au début de l'année 1970, sur un ordinateur de la gamme *PDP* (acheté pour l'occasion pour environ dix mille dollars). Il s'inspire du jeu *Spacewar* qu'il découvre à l'université en 1966. Sa création terminée, il la présente à l'entreprise Nutting Associates qui accepte de prendre en charge la production et la diffusion du jeu. Il est alors produit à 1500 exemplaires. Voir : http://en.wikipedia.org/wiki/Atari,_Inc ; Ichbiah (Daniel), *Bâtisseurs de rêve : enquête sur le nouvel eldorado des jeux vidéo*, Paris, First Documents, 1997, 430 p. ; p. 45.
[18] Bien que *Galaxy Game* apparaisse deux mois auparavant, il n'est pas possible d'acheter, contrairement à *Computer Space*, une borne de ce jeu qui reste cantonné à l'Université de Stanford.
[19] Le titre est toutefois bien accueilli dans les universités et autres établissements de ce type, ce qui n'est pas le cas dans les autres lieux où il est installé, principalement dans les bars et les salles de bowling.
[20] Non seulement son maniement n'est pas aisé mais, en plus, avant de pouvoir se lancer dans une partie, le joueur doit lire une page entière de règles et d'explications de jeu. Ichbiah (Daniel), *Bâtisseurs de rêve : enquête sur le nouvel eldorado des jeux vidéo*, Paris, First Documents, 1997, 430 p. ; p. 45.

immédiatement utilisables. Pour ce faire, il crée avec son ami Ted Dabney sa propre société appelée tout d'abord Syzygy puis rebaptisée Atari[21] qui est officiellement fondée en Californie, le 27 juin 1972. La même année sort *Pong*, le jeu qui va populariser, auprès du grand public, le jeu vidéo (et donc ce nouveau loisir) mais aussi le concept de borne et de salle d'arcade.

Pong[22] est un jeu vidéo qui reprend le principe du ping pong ou du tennis[23]. Le joueur contrôle une raquette symbolisée par une petite plate-forme rectangulaire (vue de profil) pouvant se déplacer de haut en bas et il doit renvoyer la balle à son adversaire. Suivant l'impact sur la raquette, la balle est renvoyée selon un angle différent. Elle peut aussi rebondir sur les murs horizontaux de l'aire de jeu et sa vitesse augmente au fur et à mesure des échanges. A chaque rebond, un son est émis et le programme gère les scores. L'engouement pour ce titre est immédiat et, après avoir cherché des partenaires (Nutting Associates, Bally ou encore Midway), Nolan Bushnell décide de produire et de diffuser lui-même le jeu. Ce succès permet à Atari de grossir rapidement et de se faire un nom auprès du grand public.

Seconde machine : la console de jeux vidéo

Le second type d'appareil est la console de jeux. C'est une machine conçue et dédiée exclusivement au jeu. Alimentée par secteur et se branchant sur une télévision[24], elle se compose d'une unité centrale[25] (la console proprement dite), de contrôleurs de jeu prenant la forme de *joystick*[26] ou de *joypad*[27] et de jeux stockés

[21] Atari est à l'origine un mot venant du jeu de *go*, équivalent à « l'échec et mat » des échecs.
[22] Voir annexe jeux p. 143.
[23] Initialement, Bushnell désire réaliser un jeu de course automobile, mais le projet est mis de côté en raison de l'inexpérience d'un des membres de l'équipe (Al Alcorn) dans le domaine de la création ludique. Il est donc décidé de lui confier la réalisation d'un jeu plus simple afin qu'il puisse se familiariser avec cet univers. Bushnell a l'idée de reprendre le concept d'un jeu de tennis qu'il a vu en mai 1972 lors d'une démonstration publique de la console *Odyssey* de Magnavox. Un prototype de la borne et du nouveau jeu est finalisé après trois mois de développement.
[24] La liaison entre la console et la télévision se fait dans un premier temps à l'aide de la prise antenne (UHF ou VHF), puis de la prise péritélévision. On peut aussi la relier par l'intermédiaire d'un câble utilisant un signal composite comme un câble cinch (composé de fiches rouge, blanc, jaune).
[25] L'unité centrale de la console est similaire à une unité centrale d'un ordinateur. Elle comporte divers composants comme un microprocesseur, de la mémoire (morte, vive) et des co-processeurs ou des cartes dédiées à la gestion du son et de la vidéo (graphisme). En outre, la machine dispose d'un système d'exploitation qui lui est propre.
[26] Voir lexique p. 8.
[27] *Ibid.*

sur des supports externes[28]. Véritable interface faisant le lien entre le joueur, le jeu et la télévision, la console est un appareil très simple d'utilisation puisqu'il suffit d'y insérer le titre désiré et de l'allumer, pour pouvoir débuter une partie.

La genèse de ce système dédié aux jeux vidéo débute en 1951 aux Etats-Unis lorsqu'un certain Raph Baer[29], un employé de Loral Electronics (fabricant de télévisions), émet l'idée d'incorporer un jeu dans un poste de télévision[30]. Cependant, cette proposition n'a aucune suite, car elle est rejetée par sa hiérarchie. Il y revient cependant en 1966 à travers quatre pages de notes personnelles[31] où il formule plus précisément son idée, jetant les bases de la console et décrivant quelques exemples de jeux. Travaillant alors comme ingénieur en chef pour l'entreprise Sanders Associates, spécialisée dans le domaine de la défense, il met en œuvre le concept qu'il a imaginé au sein de cette société. Son projet se développe donc hors du cadre des activités de l'entreprise et Baer obtient même quelques crédits et le consentement de ses supérieurs à la suite de démonstrations internes.

Avec son équipe, il met au point un total de sept prototypes[32] dont les évolutions successives (intégration d'un ou plusieurs jeux, gestion d'un affichage en couleur) permettent d'aboutir en 1972 à la première machine ludique domestique. En ce qui concerne la partie logicielle, les ingénieurs réalisent des exemples de jeux simples comme *Chase Game* dans lequel deux joueurs dirigent deux carrés blancs lumineux. Le but est alors de se poursuivre mutuellement. Remarquons que durant le développement de ce jeu, l'intégration d'un troisième point lumineux (à la fin de l'année 1967) permet de créer un jeu de tennis. En outre, l'équipe crée un fusil optique afin d'utiliser une carabine avec un jeu dédié et elle ébauche également le

[28] Ces supports sont principalement la cartouche puis le disque laser (CD puis DVD). Notons qu'il peut y avoir des jeux sur des cartes ayant un format « carte de crédit » ou bien encore des titres présents directement au sein de la console (dans la mémoire de la machine).
[29] Voir annexe personnalités p. 97.
[30] Son employeur désire trouver un concept innovant afin de l'incorporer à ses télévisions et ainsi se démarquer de ses concurrents. Précisons que l'idée émise par Baer est très vague. Celui-ci ne pense donc pas dès cette époque aux « jeux vidéo ».
[31] http://www.ralphbaer.com/TypedNotes_page.htm
[32] Nous avons trouvé la mention d'un huitième prototype mais son usage diffère selon les deux sources qui le mentionnent. Pour l'encyclopédie *Wikipedia*, il s'agit d'une nouvelle amélioration de la machine devant apporter de nouveaux jeux mais qui ne fonctionne pas. Pour le site Internet *Pong Story*, il s'agit d'un modèle venant se connecter sur la *Brown Box* (le septième prototype) pour ajouter des effets dynamiques dans les jeux. Voir : http://fr.wikipedia.org/wiki/Ralph_Baer ; http://www.pong-story.com/sanders.htm

concept, sans parvenir à le concrétiser, d'une forme de jeu en ligne (avec utilisation du réseau câblé de la télévision).

Le septième prototype est ainsi connu sous le nom de *Brown Box*[33] et il peut être considéré comme l'exemplaire final avant la production de masse. Il dispose de deux contrôleurs, d'un fusil optique et de plusieurs jeux (seize) pouvant être sélectionnés au moyen d'interrupteurs présents sur l'appareil. En mars 1971, Sanders Associates vend la technologie à l'entreprise Magnavox[34], spécialisée dans les télévisions, qui lance un an plus tard sur le marché américain l'*Odyssey,* la première console de jeu vidéo.

Durant notre période d'étude, six générations de consoles se succèdent. D'autre part, à partir du début des années 1980, ce secteur du jeu vidéo est dominé par les entreprises japonaises, aussi bien d'un point de vue matériel que logiciel.

Troisième machine : l'ordinateur

Enfin, la troisième plate-forme privilégiée est l'ordinateur. Cependant, lors de l'émergence commerciale des jeux vidéo, cette machine ne fait pas tout de suite partie des plates-formes ludiques de choix, aux côtés des consoles et des bornes d'arcade. Si l'ordinateur accueille les premiers jeux vidéo de l'histoire, il n'est alors absolument pas fait pour ce nouveau type de loisir. N'étant pas encore adapté à un usage grand public, il reste la prérogative des professionnels et des universités. Cependant, les évolutions technologiques qui apparaissent au début de la décennie 1970, vont initier un cycle de transformations de l'ordinateur lui permettant de devenir abordable pour le particulier, mais aussi de muter en appareil de jeu à part entière[35].

[33] Voir annexe machines ludiques p. 20.
[34] C'est au début de l'année 1969 que Sanders Associates organise des réunions avec des fabricants de télévision afin de vendre la technologie mise au point. Aucune compagnie n'est intéressée à l'exception de *RCA*. Des accords sont même signés entre les deux entreprises en mars 1970. Néanmoins, les deux parties ne concluent pas leur entente et c'est Magnavox qui récupère la machine (*Brown Box*). Il faut noter dans cette acquisition, le rôle de Bill Enders, un membre de la direction de RCA, enthousiaste devant le prototype, et qui quitte cette société pour rejoindre Magnavox. Voir : http://www.ralphbaer.com/video_game_history.htm ; Laurent, « Raph Baer » dans *Grospixels.com*, http://www.grospixels.com/site/baer.php
[35] Notons que les jeux vidéo précèdent ainsi l'informatique domestique (et de loisir).

La miniaturisation des composants débutée avec l'introduction successive des transistors, puis des circuits intégrés[36], atteint un tournant majeur avec l'apparition en 1971[37] du microprocesseur[38]. Inventé par la société Intel, ce composant[39] devient le centre d'une révolution informatique, autorisant notamment une réduction de la taille de l'ordinateur, le faisant passer du statut de mini-ordinateur à celui de micro-ordinateur. Le premier micro-ordinateur[40] est à mettre au crédit de la société française RE2[41] qui commercialise en 1973, une machine assemblée et prête à l'emploi, le *Micral N*[42]. Cet ordinateur étant destiné aux professionnels, il faut attendre 1975 pour voir apparaître, aux Etats-Unis, le premier ordinateur de la même catégorie dévolu aux particuliers. Il s'agit de l'*Altair 8800* de la société MITS. Néanmoins, le premier grand succès du marché de l'informatique domestique provient de la société Apple et de son ordinateur l'*Apple 2*, dont l'engouement résulte non seulement de ses nombreux programmes mais aussi de ses jeux.

C'est donc au début des années 1980 que l'ordinateur devient une machine à la fois fait pour le grand public et pour le jeu vidéo, qui du reste n'est qu'une composante de ses possibilités. Cependant, à la manière de la télévision (en son temps), les Français s'équipent lentement en ordinateur[43]. Si les enfants, les adolescents et les jeunes adultes sont rapidement conquis par les ordinateurs à vocation ludique, ce n'est pas le cas du reste de la population. Ce type de machine ne devient un produit de masse qu'à la fin des années 1990 et au début des années 2000, avec la standardisation des appareils (*PC*), la baisse des prix[44] et enfin la démocratisation d'Internet.

---

[36] « Les composants électroniques » dans *Science et vie, hors série Informatique 1973*, mars 1973, p. 147 col. 1.
[37] Rouquerol (Max), *Les micro-ordinateurs*, Paris, PUF, 1995, 128 p. (coll. «*Que sais-je?»)*; p. 3.
[38] Le microprocesseur est un processeur dont les composants ont été suffisamment miniaturisés pour être regroupé au sein d'un seul circuit intégré. Le processeur permet à l'ordinateur d'exécuter les opérations arithmétiques et logiques contenues dans les programmes.
[39] Ce premier microprocesseur porte le nom d'*Intel 4004*. Spéranza (René, directeur de la rédaction), *Le guide silicium des micro-ordinateurs anciens 1973-1993, édition 2007*, Toulouse, Silicium Editions, 2006, 360 p. ; p. 21.
[40] Notons qu'il existe à partir de 1971 des machines vendues en kit, réclamant quelques connaissances en électronique afin de les monter.
[41] http://fr.wikipedia.org/wiki/Micral
[42] Le *Micral N* est basé sur le microprocesseur *8008* d'Intel et il est vendu pour 8500 francs (1296 euros).
[43] Voir p. 408.
[44] La progression de l'ordinateur dans les foyers est encouragée avec l'apparition des premiers ordinateurs à moins de 5000 francs (762 euros). Lenhard (Gentiane), *Faut-il avoir peur des jeux vidéo ?*, Paris, ESF, 1999, 185 p. ; p. 18.

Les jeux vidéo en France

En France, les jeux vidéo apparaissent à partir de 1974, avec les premiers exemplaires des bornes du jeu *Pong*[45] (disponible notamment à la Foire du Trône) et les premières consoles[46] (telle l'*Odyssey*) disponibles en magasin. En l'espace d'une quarantaine d'années, ils acquièrent un statut de loisir à part entière dont la perception évolue avec le temps [47].

Dès leur apparition, les jeux vidéo tentent de séduire le plus grand nombre, en étant notamment un loisir destiné à toute la famille ; mais la conquête des masses se fait par paliers, comportant des phases d'extensions et de replis. En outre, elle passe avant tout par la culture juvénile et la conquête des jeunes qui eux ne cessent d'être séduits par ce genre de jeux. Ainsi, en devenant un élément de leur culture de plus en plus disparate, les jeux vidéo s'immiscent au fur et à mesure dans la vie quotidienne des Français jusqu'à déborder le cadre de la jeunesse pour gagner les masses[48]. Précisons que ce développement ne se fait pas sans opposition puisque les jeux vidéo rencontrent des détracteurs, comme le cinéma, la télévision ou certains genres de musique avant lui[49].

L'étude des jeux vidéo

Le jeu vidéo représente un thème novateur, quasiment vierge de toutes études réalisées par d'authentiques historiens. Au niveau universitaire en France, le sujet est l'objet d'analyses, surtout depuis les années 2000, mais principalement dans des disciplines telles que la sociologie, la psychologie, le cinéma, l'informatique ou dans des cursus qui touchent aux domaines du commerce.

Ainsi, notre thèse constitue une des premières études véritablement historiques sur le sujet. Centrée sur la France, elle a pour but de présenter et d'analyser les

[45] Cario (Erwan), Le Diberder (Alain), Lanier (Gilles), *L'année du jeu vidéo 2004*, Paris, Calmann-Lévy, 190 p. ; p. 15.
[46] Voir p. 100.
[47] Nous développerons cette question de la perception des jeux vidéo dans la société dans une partie spécifique. Voir p. 620.
[48] Ce phénomène est également lié à la structuration et au développement de l'industrie du jeu vidéo, mais aussi aux offres disponibles et aux entreprises qui vont cibler un public toujours plus âgé.
[49] Voir p. 630.

mutations de la société française engendrées par l'informatique et par l'intermédiaire de ce domaine des loisirs numériques. Autrement dit, il s'agit de décrire et d'étudier la civilisation électronique, numérique, informatique qui se développe et se met en marche à la fin du 20e siècle et au début du 21e siècle, par le prisme des jeux vidéo. Le rapport entre ces derniers et la société est donc au centre de l'étude dans le but d'expliquer en quoi ils sont caractéristiques de son évolution. Parmi les questions que l'on se posera, nous nous demanderont comment les jeux vidéo s'immiscent-ils dans les nouvelles pratiques culturelles des Français. Leur généralisation entraîne-t-elle des modifications dans la société française ? Ou sont-ils seulement le reflet de ces modifications ? Qu'est-ce que cela montre de l'évolution de la société française ?

Le cadre chronologique de la thèse s'étend sur trente ans, allant du début des années 1970 à 2003. La première date correspond, comme nous l'avons vu, à l'apparition commerciale des jeux vidéo, tandis que la seconde ne marque pas d'étape en particulier. Elle est une année à la fois de relative accalmie et de poursuite du développement des jeux vidéo[50] et plus généralement des produits des TIC[51] dans la société. Nous aurions pu choisir l'année 2004 qui demeure dans la continuité de la précédente mais cette année nous apparaît comme le commencement d'une nouvelle étape dans l'univers vidéoludique[52]. Ainsi, c'est pour ne pas avoir à traiter le début de cette phase nouvelle que nous avons choisi de nous arrêter en 2003. Cela nous donne également un certain recul, qui permet de mieux comprendre les évolutions.

Notre sujet est étudié à travers quatre grands chapitres. Le premier est un chapitre de présentation générale qui aborde les grandes tendances des pratiques culturelles des Français puis la culture juvénile. Le second chapitre intitulé

[50] En 2003, le marché des jeux vidéo continu son développement. Cependant, il ne connaît pas de bouleversement car les entreprises leaders poursuivent leur domination et, surtout, leur hégémonie ne peut plus être contestée. C'est le cas sur le marché des consoles avec Sony et sa *Playstation 2* pour les machines de salon et Nintendo avec sa *Game Boy Advance* pour les systèmes portatifs.

[51] Dans le segment des produits des TIC, les références ayant connues un engouement au début des années 2000 continuent leur ascension, à l'image des ordinateurs (dont les ordinateurs portables), d'Internet ou bien encore de la téléphonie mobile. On ne constate pas de produits nouveaux, suscitant un nouvel engouement de la part des consommateurs.

[52] Selon nous, cette étape commence en 2004 (avec la sortie en fin d'année de deux nouvelles consoles portables) et court jusqu'aux début de la décennie 2010. Outre le changement de génération des systèmes ludiques et la commercialisation de nouvelles machines, la redistribution des cartes sur les marchés, et les nouvelles pratiques et habitudes des joueurs, elle constitue aussi une nouvelle phase d'ouverture qui amène au jeu vidéo un public qui jusqu'à là ne jouait pas.

« l'industrie des jeux vidéo » présente les différentes machines ludiques qui se sont succédées depuis les années 1970, une réflexion sur les jeux ainsi que l'économie du secteur. Le troisième chapitre se nomme « le joueur et son environnement ». Il expose une sociologie du joueur et il vise à analyser les différents moyens qu'il a en sa possession pour être en relation avec le secteur et vivre sa passion. Enfin, le quatrième chapitre « le jeu vidéo et la société », se consacre à la relation entre le jeu vidéo et la société, en explicitant les influences qu'il reçoit et qu'il provoque, les oppositions qu'il rencontre mais aussi l'intérêt qu'il suscite.

Chapitre 1 : Présentation générale

I) Une France numérique

1) La France à l'aube du nouveau millénaire

a) Les pratiques culturelles des français

Les jeux vidéo sont une pratique nouvelle qui vient s'insérer dans le cadre des pratiques culturelles et des loisirs des français. Ils apparaissent et ils se répandent dans une société qui connaît de nombreux changements mais aussi une période de crise économique durable. Cette dernière s'est notamment révélée avec la fin de la convertibilité du dollar en or en 1971 et le choc pétrolier de 1973[53]. Ainsi, depuis 1974, la crise est un sujet omniprésent dans les discours, les esprits et la vie quotidienne des Français. Il y a surtout l'arrivée de l'informatique qui bouleverse les habitudes en matière de culture, de distraction et d'information. La propagation de l'ordinateur dans la société, portée à la fin de la période que nous étudions par Internet, facilite l'accès à l'art et à la culture, mais aussi permet d'y accéder de plus en plus rapidement. Selon l'étude de l'INSEE sur les pratiques culturelles des Français entre 1973 et 2008, quatre grandes tendances caractérisent la période étudiée.

La culture d'écran et l'ancrage de l'écoute de la musique

Entre le début des années 1970 et le début des années 2000, l'écran prend une place centrale dans le quotidien des Français et leurs pratiques culturelles. Elle est liée à la progression du taux d'équipement qui se diversifie (télévision, magnétoscope, lecteur DVD) et à la multiplication des offres de loisirs audiovisuels[54].

[53] [53] Rioux (Jean-Pierre), Sirinelli (Jean-François), *Histoire culturelle de la France. Vol. 4 : le temps des masses, le vingtième siècle*, Paris, 1998, Seuil, 403 p. ; p. 289.
[54] Donnat (Olivier), « Pratiques culturelles, 1973-2008 : dynamiques générationnelles et pesanteurs sociales », Ministère de la culture et de la communication, juillet 2011, 36 p. ; p. 4 col. 1.
http://www.pratiquesculturelles.culture.gouv.fr/doc/evolution73-08/CE-2011-7.pdf

Tableau 1.1: Dépenses en programmes audiovisuels des ménages entre 1980 et 2008[55]

					en millions d'euros
	Cinéma	**Redevance (part "audiovisuel")**	**Abonnements (1)**	**Vidéos (2)**	**Total**
1980	430	422	0	79	**931**
1981	529	469	0	278	**1 276**
1982	631	559	0	490	**1 680**
1983	671	624	0	517	**1 813**
1984	682	712	15	495	**1 904**
1985	665	817	79	399	**1 960**
1986	674	839	273	479	**2 266**
1987	577	750	502	540	**2 369**
1988	554	740	660	626	**2 579**
1989	561	776	825	758	**2 920**
1990 (r)	583	879	892	955	**3 309**
1991	592	941	1 063	1 135	**3 731**
1992	601	1 099	1 177	1 196	**4 073**
1993	689	1 114	1 352	1 236	**4 391**
1994	654	1 179	1 475	1 282	**4 589**
1995	690	1 264	1 618	1 361	**4 933**
1996	726	1 383	1 725	1 318	**5 153**
1997	789	1 396	1 804	1 280	**5 269**
1998	913	1 371	2 120	1 296	**5 700**
1999	823	1 467	2 403	1 301	**5 994**
2000	894	1 572	2 551	1 051	**6 068**
2001	1 021	1 573	2 691	1 245	**6 530**
2002	1 030	1 572	2 801	1 478	**6 881**
2003	996	1 603	2 841	1 772	**7 212**
2004	1 139	1 677	2 895	2 049	**7 760**
2005	1 031	1 734	2 990	1 889	**7 644**
2006 (r)	1 121	1 763	3 157	1 751	**7 792**
2007 (r)	1 058	1 764	3 245	1 572	**7 639**
2008 (p)	1 139	1 863	3 351	1 468	**7 821**

D'après le tableau ci-dessus, nous pouvons voir que les dépenses des Français pour les loisirs audiovisuels augmentent fortement. En 1980, ils dépensent au total 931 milles euros alors qu'à la fin de la période que nous étudions, en 2003, ce chiffre passe à 7 212 millions d'euros. Nous pouvons remarquer que la colonne des abonnements qui concernent les abonnements de télévision avec le satellite, la chaîne *Canal +* et le câble est le poste de dépenses audiovisuels qui augmente le plus.

[55] http://www.insee.fr/fr/ffc/figure/NATTEF05447.xls

Les pratiques audiovisuelles ont absorbé une grande partie du temps libéré par les réductions du temps de travail et l'augmentation des chômeurs et des retraités. Durant les années 1980 et 1990, la télévision en a bénéficié, avant de voir sa « suprématie » contestée par l'augmentation du temps consacré à de nouveaux écrans comme celui de l'ordinateur (avec Internet), du téléphone portable multifonction ou des jeux vidéo (console). En moyenne, l'étude de 2008 évalue à environ 31 heures par semaine, le temps que les Français consacrent aux écrans[56].

Il est intéressant de noter que la consommation de la télévision varie suivant les catégories observées. Par exemple, les hommes regardent la télévision en moyenne deux heures de moins que les femmes, mais ils passent quatre heures de plus sur les nouveaux écrans, et notamment sur les jeux vidéo[57]. En outre, les 15-24 ans qui sont le cœur de cible des industriels du jeu vidéo, passe moins de temps que les adultes (et surtout les personnes âgés) devant le petit écran[58]. Ils sont les plus nombreux à regarder des DVD, jouer aux jeux vidéo et à utiliser à des fins personnels un ordinateur.

Tableau 1.2: Evolution de l'écoute de la musique entre 1973 et 2008[59]

Sur 100 français de 15 ans et plus	1973	1981	1988	1997	2008
Ecoutent de la musique (hors radio)	66	75	73	76	81

En ce qui concerne l'écoute de la musique, c'est une pratique qui s'immisce de plus en plus dans la vie des Français. Le tableau 1.2 révèle qu'ils sont de plus en plus nombreux à déclarer écouter de la musique. Sur 100 français, ils sont 66 en 1973 à dire qu'il écoute de la musique. En 2008, ils sont 81. Cette progression se fait à la faveur des évolutions technologiques. Dans les années 1970, la chaîne hi-fi et le baladeur permettent d'enclencher un mouvement de massification de l'écoute de la

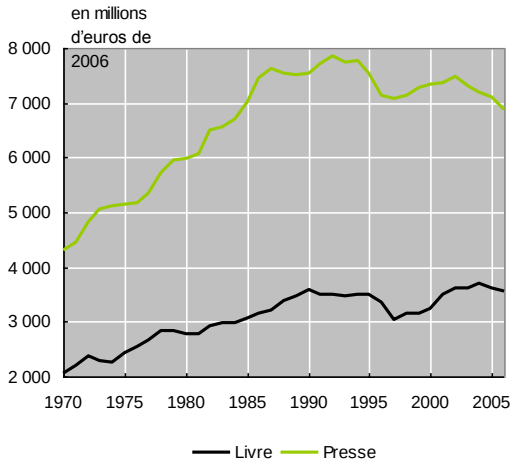
[56] Donnat (Olivier), « Les pratiques culturelles des Français à l'ère numérique, éléments de synthèse 1997 – 2008 », Ministère de la culture et de la communication, mais 2009, 12 p. ; p. 2. col. 2.
http://www.pratiquesculturelles.culture.gouv.fr/doc/08synthese.pdf
[57] *Ibid*. p. 3 col. 2.
[58] Nous abordons cette question de la consommation de la télévision p. 461.
[59] Donnat (Olivier), « Pratiques culturelles, 1973-2008 : dynamiques générationnelles et pesanteurs sociales », Ministère de la culture et de la communication, juillet 2011, 36 p. ; p. 3.
http://www.pratiquesculturelles.culture.gouv.fr/doc/evolution73-08/CE-2011-7.pdf

musique. Cette marche se poursuit ensuite avec les nouveaux écrans, principalement l'ordinateur et les téléphones portables, ainsi qu'avec la « numérisation » de la musique. De cette manière, l'apparition de fichier informatique comme le MP3, conjugué au développement des supports de stockage et des échanges d'un support à l'autre, rend de plus en plus facile l'écoute de la musique et favorise son intégration dans la vie quotidienne. Nous pouvons ajouter qu'au delà de la période étudiée, le phénomène de la diffusion en flux sur Internet (le « streaming » en anglais) vient renforcer encore un peu plus l'accessibilité à la musique qui devient une activité de plus en plus banalisée (et en complément avec d'autre comme la consultation d'Internet par exemple).

Le recul de la lecture d'imprimé

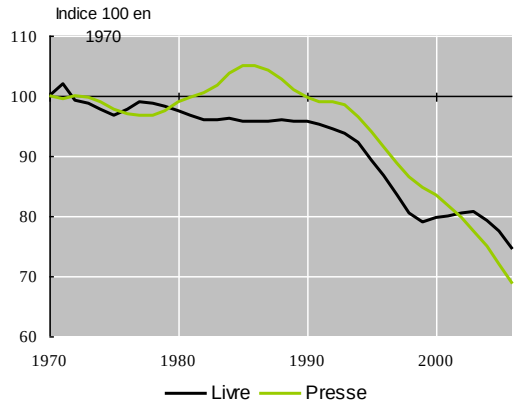
La progression des écrans dans la société et le quotidien des Français s'accompagne d'une baisse régulière de la lecture. Ce recul peut s'observer avec les dépenses des ménages pour la presse, mais aussi la part de celle-ci dans leur budget.

Graphique 1.1: Dépenses des ménages en livres et en presse[60]



[60] Marical (François), Saint Pol (Thibaut, de) « Le recul du livre et de la presse dans le budget des ménages » dans *INSEE Première*, n°1253, août 2009, p. 1.

Graphique 1.2: Part de la presse et du livre dans le budget des ménages[61]



Le premier graphique montre que de 1970 à 1992, il y a une augmentation des dépenses des ménages pour la presse en générale. De 4 304,60 millions d'euros en 1970, elles augmentent jusqu'à 7 867,17 millions d'euros en 1992. Puis on assiste à des fluctuations qui mènent à une stagnation, voire à une baisse car en 2003, les dépenses sont de l'ordre de 7 304,33 millions d'euros. Or, en regardant le second graphique, on peut s'apercevoir que les ménages accordent une part de moins en moins importante à la presse surtout depuis les années 1990. L'indice augmente de 1978 à 1986, passant de 96,84 à 105,09. Puis, il amorce une baisse, plutôt contenue jusqu'en 1989 (indice de 101,04). Ensuite, entre 1990 et 2003, elle s'accélère puisque l'indice passe de 99,69 à 77,56. De plus, lorsqu'on regarde le pourcentage que les Français accordent au poste de la « presse, livres et papeterie » dans leur budget de loisir, on s'aperçoit qu'il est aussi en diminution, et particulièrement entre 1990 et 2003. Durant ces années, il passe de 21,3 % à 16,1%[62].

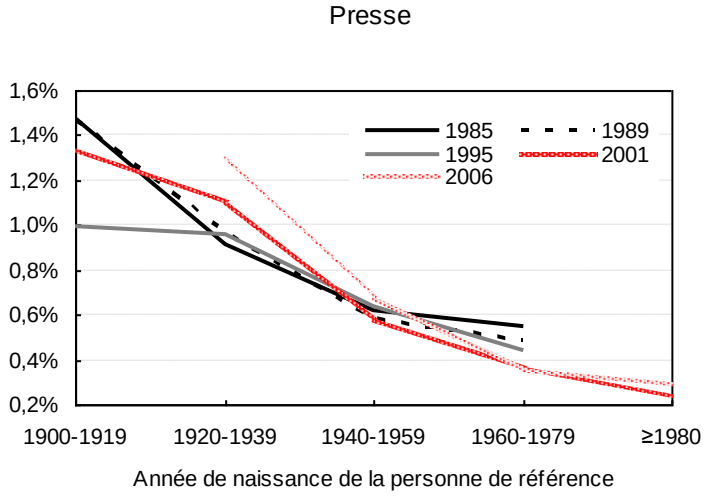
Selon les chiffres de l'INSEE et les études sur les pratiques culturelles des français, cette tendance est générale car elle concerne aussi le livre[63]. Pour la

[61] *Ibid.* p. 2.
[62] « Dépenses culturelles et de loisirs en 2010 » dans *INSEE.fr*, http://www.insee.fr/fr/ffc/figure/NATTEF05468.xls
[63] Toutefois, cette baisse n'implique pas forcement que les français lisent moins. Elle peut indiquer un changement de comportement par rapport à la pratique de la lecture que ça soit celle d'un livre ou de la presse. Ce changement peut être lié au développement de la presse gratuite, mais aussi d'Internet. Surtout que ce nouveau média est très orienté vers « l'écrit » puisqu'il impose à ses utilisateurs la lecture de nombreuses pages (ajoutons que le côté audiovisuel d'Internet se développe principalement dans la seconde moitié des années 2000). A mesure que ce développerait « les écrans » dans la vie quotidienne des Français, ces derniers déporteraient leur pratique de la lecture vers ceux-ci, en relation avec la croissance de la culture du « tout gratuit ».

presse, elle est surtout visible avec la presse quotidienne qui voit de moins en moins de Français lire de journaux payants. Entre 1973 et 2003, la part des individus qui lisent un quotidien, tous les jours ou presque, passe de 55% à 31%[64].

Tableau 1.3 et graphique 1.3: Part budgétaire de la presse, selon l'année de naissance de la personne de référence du ménage[65]

En % de la consommation totale des ménages					
	COEFF Presse				
Année de naissance	1985	1989	1995	2001	2006
1900-1919	1,48%	1,46%	1,00%	1,33%	
1920-1939	0,91%	0,97%	0,96%	1,10%	1,30%
1940-1959	0,62%	0,59%	0,64%	0,58%	0,67%
1960-1979	0,55%	0,49%	0,44%	0,36%	0,35%
≥1980				0,24%	0,29%



Cette caractéristique s'inscrit dans un mouvement de long terme qui voit la diminution des lecteurs, sous l'effet d'une dynamique générationnelle négative (tableau 1.3 et graphique 1.3). De ce fait, chaque nouvelle génération qui arrive à l'âge adulte possède un niveau d'engagement dans la lecture de la presse inférieure à la précédente. Cette caractéristique mène à un vieillissement progressif du lectorat.

[64] Donnat (Olivier), Lévy (Florence), « *Tableau 13 – évolution de l'écoute de la radio* » dans *Approche générationnelle des pratiques culturelles et médiatiques*, Ministère de la culture et de la communication, mars 2007, 32 p. ; p. 10 col. 1. http://www.pratiquesculturelles.culture.gouv.fr/doc/Cprospective07_3.pdf

[65] Marical (François), Saint Pol (Thibaut, de) « Le recul du livre et de la presse dans le budget des ménages, données complémentaires » dans *INSEE.fr*, http://www.insee.fr/fr/ffc/ipweb/ip1253/ip1253.xls

Ainsi, au début des années 2000, la lecture d'un quotidien est devenue une activité des personnes âgés et des ruraux[66]. Ceci apparaît comme particulier car ces deux catégories de population sont celles qui ont des taux de participation aux pratiques culturelles inférieurs aux moyennes nationales. Globalement, la plupart des cadres, des classes moyennes, des femmes ou des jeunes sont des lecteurs irréguliers de la presse quotidienne.

Développement des pratiques en amateur

Les pratiques en amateur connaissent un essor qui est lié à une diversification des activités artistiques.

Tableau 1.4: Pratiques en amateur (autre que musicale) entre 1973 et 2008[67]

Sur 100 Français de 15 ans et plus	**1973**	**1981**	**1988**	**1997**	**2008**
ENSEMBLE	**11**	**13**	**17**	**23**	**22**
Hommes	13	13	15	20	17
Femmes	10	13	20	26	27
15-24 ans	25	24	31	40	42
25-39 ans	12	16	19	25	25
40-59 ans	6	7	12	19	18
60 ans et plus	5	5	11	14	13

Tableau 1.5: Pratique musicale en amateur entre 1973 et 2008[68]

Sur 100 Français de 15 ans et plus	**1973**	**1981**	**1988**	**1997**	**2008**

[66] Donnat (Olivier), « *Pratiques culturelles, 1973-2008 : dynamiques générationnelles et pesanteurs sociales* », Ministère de la culture et de la communication, juillet 2011, 36 p. ; p. 9 col. 1. http://www.pratiquesculturelles.culture.gouv.fr/doc/evolution73-08/CE-2011-7.pdf

[67] http://www.pratiquesculturelles.culture.gouv.fr/doc/evolution73-08/T8-PRATIQUES-ARTISTIQUES.xls

[68] http://www.pratiquesculturelles.culture.gouv.fr/doc/evolution73-08/T7-PRATIQUES-MUSICALES-EN-AMATEUR.xls

ENSEMBLE	**5**	**5**	**8**	**10**	**8**
Hommes	7	6	9	11	8
Femmes	3	4	7	9	9
15-24 ans	12	12	12	20	17
25-39 ans	5	5	7	9	9
40-59 ans	3	3	6	8	6
60 ans et plus	1	2	6	5	6

D'après les deux tableaux ci-dessus, nous pouvons constater une augmentation dans toutes les catégories d'age des pratiques en amateur (pratiques musicales ou non). Pour le tableau 1.4, relevons que sur *100 Français de 15 ans et plus*, 11 déclarent avoir une pratique en amateur en 1973, tandis qu'ils sont 22 en 2008. L'augmentation est particulièrement visible chez les 40-60 ans, tandis que les 15-24 sont les plus nombreux à avoir une pratique en amateur (de 25 à 42). Pour la pratique de la musique, les jeunes se démarquent en étant les plus nombreux à jouer d'un instrument. Il est à noter que ces tableaux ne prennent pas en compte une évolution importante, celle de l'informatique. En effet, entre 1997 et 2008, nous pouvons voir que les pratiques en amateur connaissent globalement un tassement, voire une baisse. Or, cela s'explique par le déplacement de ces pratiques dans les univers numériques. En prenant en compte l'informatique, les pratiques en amateur continuent leur progression dans la population. L'ordinateur et Internet accroissent même les possibilités de s'adonner à une pratique comme la musique, le dessin, la photographie ou la vidéo, ainsi que celles de partager ses œuvres.

La fréquentation des établissements culturels en hausse

Malgré le développement des écrans et des formes de loisir qui y sont associées, les Français continuent de sortir et à fréquenter divers types d'établissement culturel.

Tableau 1.6: Fréquentation des salles de cinéma (au moins une fois au cours des 12 derniers mois, entre 1973 et 2008)[69]

[69] http://www.pratiquesculturelles.culture.gouv.fr/doc/evolution73-08/T10-FREQUENTATION-CINEMA.xls

Sur 100 Français de 15 ans et plus	**1973**	**1981**	**1988**	**1997**	**2008**
ENSEMBLE	**52**	**50**	**49**	**49**	**57**
Hommes	56	53	51	51	58
Femmes	48	46	48	48	56
15-24 ans	85	87	78	83	88
25-39 ans	63	64	58	58	68
40-59 ans	43	38	42	45	55
60 ans et plus	22	13	23	21	31

Tableau 1.7: Fréquentation de concerts de rock ou de jazz au cours des 12 derniers mois, entre 1973 et 2008[70]

Sur 100 Français de 15 ans et plus	**1973**	**1981**	**1988**	**1997**	**2008**
ENSEMBLE	**6**	**10**	**13**	**13**	**14**
Hommes	8	13	16	17	16
Femmes	5	8	11	10	12
15-24 ans	15	27	29	24	21
25-39 ans	8	12	17	20	20
40-59 ans	3	3	7	11	13
60 ans et plus	2	1	2	3	4

Tableau 1.8: Inscription et fréquentation d'une bibliothèque au cours des 12 derniers mois, entre 1973 et 2008[71]

Sur 100 Français de 15 ans et plus	**1973**	**1981**	**1988**	**1997**	**2008**

[70] http://www.pratiquesculturelles.culture.gouv.fr/doc/evolution73-08/T15-FREQUENTATION-CONCERT-R%20J.xls
[71] http://www.pratiquesculturelles.culture.gouv.fr/doc/evolution73-08/T6-FREQUENTATION-BIBLIOTHEQUES.xls

ENSEMBLE	**13**	**14**	**16**	**20**	**18**
Hommes	14	14	14	16	13
Femmes	12	15	18	23	22
15-24 ans	18	19	25	35	31
25-39 ans	13	15	15	19	20
40-59 ans	13	13	13	19	15
60 ans et plus	10	10	13	9	12

Ces trois tableaux montrent que globalement il n'y a pas eu de replis vers le domicile. Les Français sont plus nombreux à la fin de notre période d'étude à sortir le soir et à fréquenter des établissements culturels qu'au début des années 1970. Il faut remarquer que les jeunes participent au phénomène notamment en ce qui concerne les concerts. En 1973, ils sont 15 à déclarer avoir été à un concert de rock ou de jazz au cours des 12 derniers mois. Un nombre qui passe à 21 en 2008. De même, les 15-24 ans sont les plus nombreux à fréquenter les bibliothèques. Toutefois, nous pouvons remarquer une participation plus grande des catégories les plus âgées au fur et à mesure des années. Par exemple, pour le cinéma, 22 personnes issues de la catégorie des 60 et plus déclarent y aller en 1973. Ils sont 31 en 2008. De même, 3 personnes de la catégorie des 40-59 ans dit avoir assisté à un concert en 1973. Un nombre qui passe à 13 en 2008. Cependant, l'étude de l'INSEE note que cette croissance concerne uniquement la fréquentation occasionnelle.

Tableau 1.9: Fréquentation régulière des salles de cinéma (12 fois ou plus au cours des 12 derniers mois)[72]

Sur 100 Français de 15 ans et plus	**1973**	**1981**	**1988**	**1997**	**2008**
ENSEMBLE	**16**	**15**	**15**	**14**	**13**
Hommes	20	17	16	15	14
Femmes	12	13	15	13	12

[72] http://www.pratiquesculturelles.culture.gouv.fr/doc/evolution73-08/T11-FREQUENTATION-REGULIERE-CINEMA.xls

15-24 ans	40	37	31	33	29
25-39 ans	20	19	18	16	14
40-59 ans	5	6	8	9	11
60 ans et plus	3	2	4	4	6

En effet, la fréquentation régulière (12 fois ou plus par an) connaît, pour sa part, une diminution continue sur l'ensemble de la période étudiée qui montre un effritement du public d'habitués. Par exemple, en ce qui concerne le cinéma, nous pouvons constater que sur l'ensemble des français interrogés, le nombre de personne qui déclarent fréquenter régulièrement les cinémas passe de 16 personnes en 1973 à 13 en 2008. La diminution est particulièrement visible chez les jeunes (de 40 en 1973 à 29 en 2008). Ceci est la conséquence du développement des offres de sorties (spectacles, concerts) et de lieux culturels (bibliothèque, musée). Sans compter, la concurrence des formes domestiques de culture (par exemple, le cinéma peut être concurrencé par le visionnage à domicile d'un film sur DVD).

Conclusion : Une société tournée vers les loisirs

Avec cette partie, nous pouvons constater que les Français sont de plus en plus nombreux à avoir accès à des pratiques culturelles. Les loisirs sont toujours plus présents dans leur quotidien. S'ils sortent pour aller au cinéma ou pour assister à un concert, les Français s'adonnent aussi aux divertissements chez eux. Les formes de loisirs à domicile se sont développées en même temps que la multiplication des équipements et notamment ceux liés à l'audiovisuel. Notre période d'étude consacre une culture des écrans à laquelle font partie les jeux vidéo. En outre, l'informatique et le phénomène numérique viennent renforcer ces tendances, en facilitant l'accès à la culture et aux loisirs. Sans provoquer de grandes cassures, le numérique s'intègre aux pratiques en place. Nous pensons notamment à la photographie dont l'exercice est devenu quasi inséparable de l'ordinateur et des logiciels de retouche d'images.

b) Le développement de l'informatique

L'informatique constitue le domaine qui fait une entrée presque fracassante dans la vie des Français. La période que nous étudions est synonyme de l'apparition de l'ordinateur domestique et de sa propagation dans le quotidien et, globalement, dans toutes les sphères de la société. Les jeux vidéo accompagnent et participent à ce développement mais nous pensons que c'est Internet qui vient définitivement donner l'envie aux consommateurs de s'équiper.

La consommation des produits issus des nouvelles technologies

L'informatique s'intègre dans un mouvement général qui voit la croissance de la consommation des ménages pour les produits issus des technologies de l'information et de la communication (les TIC).

Tableau 1.10: Consommation des ménages globale et en TIC entre 1970 et 2003[73]

	1970	**1971**	**1972**	**1973**	**1974**	**1975**	**1976**	**1977**	**1978**	**1979**	**1980**	**1981**	**1982**
Ensemble	4,5	5,2	5,9	5,4	2,0	2,8	5,8	3,1	3,9	3,4	1,3	2,1	3,2
TIC	11,8	13,3	17,4	15,6	17,8	26,6	26,0	16,7	12,0	14,6	14,1	16,0	14,2

	1983	**1984**	**1985**	**1986**	**1987**	**1988**	**1989**	**1990**	**1991**	**1992**	**1993**
Ensemble	0,8	0,7	2,0	3,5	3,1	3,1	3,0	2,5	0,6	0,8	-0,5
TIC	1,5	2,9	5,9	9,9	9,4	12,1	8,2	12,6	6,6	3,1	6,3

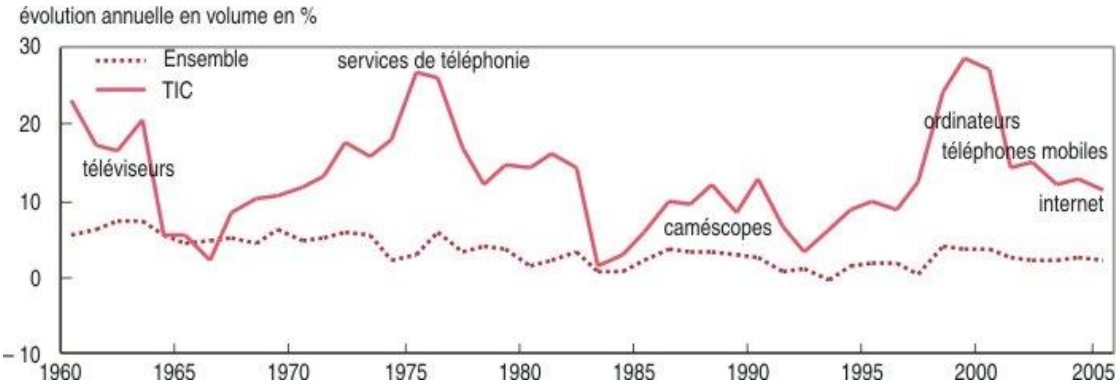
	1994	**1995**	**1996**	**1997**	**1998**	**1999**	**2000**	**2001**	**2002**	**2003**
Ensemble	1,3	1,6	1,6	0,4	3,8	3,5	3,6	2,5	2,2	2,2
TIC	8,6	10,0	8,7	12,3	24,2	28,4	27,2	14,1	14,9	12,1

D'après les trois tableaux ci-dessus, nous pouvons constater que la consommation des ménages en TIC est supérieure à la consommation globale. Depuis 1990, la croissance de la consommation de TIC a été très forte : + 13,2 % en volume à prix constants par an, contre + 1,9 % pour la consommation dans son ensemble. Toutefois, c'est une croissance cyclique comme on peut le voir entre 1982 (14,2 %) et 1983 (1,5 %). Ceci s'explique par les différents produits qui sortent successivement sur le marché. Ainsi, il y a des phases de consommation liées aux

[73] http://www.insee.fr/fr/ffc/ipweb/ip1101/ip1101.xls

nouveautés qui alternent avec des phases de ralentissement lorsque les produits se sont répandus dans les foyers.

Graphique 1.4: Consommation des ménages globale et en TIC de 1960 à 2005[74]



Le graphique 1.4 montre les différents produits qui permettent aux TIC une croissance importante. Du téléviseurs au service de téléphone, en passant par les caméscopes, puis à la fin de notre période d'étude par les ordinateurs, les téléphones portables et Internet. L'INSEE note à ce propos :

« L'équipement des ménages en téléviseurs entre 1960 et 1970 a été multiplié par cinq, de même que les abonnements téléphoniques entre 1965 et 1980. De plus, les biens et services relevant des TIC n'ont cessé de se multiplier (chaînes audio, magnétoscopes, micro-ordinateurs, caméscopes, lecteurs et graveurs de DVD, téléphones portables et accès au réseau Internet, de même que leurs périphériques et accessoires). Cette évolution a été en s'accélérant, en particulier sous l'impulsion de la technologie numérique. »[75]

Le développement de l'ordinateur

Par rapporte à notre sujet, intéressons nous au cas de l'ordinateur. Celui-ci est un moteur dans la consommation des produits des TIC avec le téléphone portable. Ces deux produits représentent respectivement 14,6 % et 3,2 % du total des achats en TIC des ménages. Leur croissance annuelle moyenne en volume est de 37 % et 39

[74] http://www.insee.fr/fr/themes/document.asp?reg_id=0&ref_id=ip1101&page=graph#graphique2
[75] Arthaut (Régis), « La consommation des ménages en TIC depuis 45 ans » dans INSEE Première, n° 1101, septembre 2006, p. 2 col. 1. http://www.insee.fr/fr/themes/document.asp?reg_id=0&ref_id=ip1101

% depuis 1990. En 2003, la France compte 33,7 ordinateurs pour 100 habitants. 81% du parc informatique est connecté à Internet (29% des foyers ont accès à Internet à domicile). Pour l'INSEE, c'est la naissance et le développement d'Internet qui a entraîné la nette progression du taux d'équipement en ordinateur. En comparaison, la téléphonie mobile s'est imposée plus vite dans la population : la part des abonnés est passée de 10 % fin 1997 à 80 % fin 2005.

L'équipement des ménages en informatique et en produit associé se répercute sur les dépenses liées aux loisirs.

Tableau 1.11: Dépenses culturelles et de loisirs de 1990 à 2003 (en %)[76]

	1990	**1991**	**1992**	**1993**	**1994**	**1995**	**1996**	**1997**
TV, Hi-Fi, vidéo, photo	15,3	14,7	13,3	12,7	12,2	11,9	11,2	10,8
Informatique (y compris logiciels, cédéroms)	1,8	2,0	1,8	2,2	2,9	4,2	4,7	5,3
Disques, cassettes, pellicules photo	6,1	6,4	6,5	6,6	6,6	6,5	6,3	6,4
Autres biens culturels et de loisirs	21,3	21,3	21,4	21,2	21,0	20,4	19,5	18,7
Jeux, jouets, articles de sport	12,6	12,8	13,2	13,9	14,1	14,3	14,8	15,3
Jardinage, animaux de compagnie	9,4	9,6	9,6	9,2	9,3	9,4	9,3	9,6
Spectacles, cinéma, voyages	15,0	14,8	14,9	14,7	14,5	13,8	14,1	13,9
Jeux de hasard	7,6	7,4	7,6	8,0	8,0	8,1	8,1	8,1
Services culturels (y compris redevance TV)	6,9	7,0	8,0	8,2	8,1	8,2	8,8	8,9
Presse, livres et papeterie	4,0	3,9	3,7	3,4	3,3	3,2	3,2	3,0
Total	**100,0**	**100,0**	**100,0**	**100,0**	**100,0**	**100,0**	**100,0**	**100,0**

	1998	**1999**	**2000**	**2001**	**2002**	**2003**
TV, Hi-Fi, vidéo, photo	11,0	11,1	11,3	11,2	10,8	10,5
Informatique (y compris logiciels, cédéroms)	6,2	6,8	7,6	7,0	6,9	6,8
Disques, cassettes, pellicules photo	6,2	6,0	5,7	6,0	6,2	5,8
Autres biens culturels et de loisirs	17,8	17,4	16,9	16,9	16,5	16,1
Jeux, jouets, articles de sport	15,9	16,1	15,9	16,1	15,8	15,9
Jardinage, animaux de compagnie	9,5	9,3	9,4	9,7	9,9	10,2
Spectacles, cinéma, voyages	13,4	13,0	12,6	12,4	12,8	13,0
Jeux de hasard	8,1	8,1	8,1	8,0	8,1	8,2
Services culturels (y compris redevance TV)	8,8	8,8	8,9	9,1	9,6	9,7
Presse, livres et papeterie	3,2	3,4	3,5	3,6	3,5	3,7
Total	**100,0**	**100,0**	**100,0**	**100,0**	**100,0**	**100,0**

Les tableaux ci-dessus révèlent une augmentation constante des dépenses en informatique. De 1,8 % en 1990 à 6,8 % en 2003. De même, les services culturels

[76] http://www.insee.fr/fr/ffc/figure/NATTEF05468.xls

(qui peuvent inclure l'abonnement à Internet) augmentent de 6,9% à 9,7%. En parallèle, nous pouvons mettre cette croissance avec la diminution des dépenses liées à la télévision qui passent de 15,3% en 1990 à 10,5% en 2003.

Conclusion : une intégration de l'informatique et des TIC dans la vie quotidienne

Cette augmentation des dépenses liées aux produits issus des nouvelles technologies vient montrer que la consommation des Français se tourne vers ces nouveautés technologiques mais aussi sur des produits faits pour le loisir. *Libération* indique au sujet du porte monnaie des français en 2002 :

« Il y a quarante ans, c'était bouffe, bouffe et rebouffe. Les Français y consacraient près d'un tiers de leurs dépenses. Aujourd'hui, le poste alimentation-tabac a reculé de la première à la troisième place (14,1 %), derrière le logement (24,2 %) et les dépenses financées par les pouvoirs publics, éducation et santé (22 %). Cette évolution, relevée par l'Insee dans sa dernière enquête sur la «consommation des ménages depuis quarante ans» publiée hier, ne s'est pas faite en un jour. Cela fait déjà une trentaine d'années que la nourriture ne tient plus la vedette dans les porte-monnaie. Mais le phénomène s'est accentué. Et il profite à la santé, à la communication et aux loisirs, grands gagnants de ces dernières années. »[77]

Le quotidien révèle que les loisirs et la culture comptent de plus en plus dans le budget des ménages, passant de 6,7 % à 8,8 %. De même, il note :

« Les Français possédant désormais presque tous un lit, des chaises et une table, la part qu'ils consacrent au mobilier n'a cessé de décroître depuis deux décennies. Mais ils compensent par l'achat de télés, de magnétoscopes, de chaînes hi-fi, de Caméscopes, de micro-ordinateurs et de téléphones mobiles. »[78]

[77] Penicaut (Nicole), « *Economie* : les Français et leur porte-monnaie » dans Liberation.fr, 28 février 2002, http://www.liberation.fr/economie/0101404674-les-francais-et-leur-porte-monnaie
[78] *Ibid.*

La montée de l'équipement de l'informatique peut donc s'expliquer par la tendance croissante aux divertissements et au fait que les ménages possèdent déjà les biens les plus indispensables. En outre, la baisse successive des prix des produits des TIC est un autre facteur qui pousse les Français à s'équiper.

2) Les cultures et les loisirs de la jeunesse

a) La culture juvénile

Les jeux vidéo sont un loisir qui touche en priorité la jeunesse. Il nous semble donc intéressant de noter dans quel monde ils viennent s'intégrer et aux côtés de quels loisirs.

Des « yé-yé » aux jeux vidéo

En matière de culture juvénile, la France a été marqué par la culture des *baby-boomers* qui était basée sur la musique. Après la vague « yé-yé », la culture juvénile est pénétrée par l'audiovisuel, et elle se distille dans un champ planétaire. De plus en plus, les jeunes sont amenés à consommer la culture de façon « brute » (sans le prisme d'une adaptation nationale). Ils se passionnent entre autre pour la « pop music » anglo-saxonne (les *Beatles* notamment). Autre caractéristique[79], à la fin des années 1960 et durant les années 1970, leur sphère se teinte d'un bouillonnement contestataire dont les avatars les plus symboliques sont les mouvements étudiants de mai 1968 ou bien encore l'apparition des communautés hippies[80]. Les jeunes discutent, protestent et remettent en cause la société établie (société de consommation, régime capitaliste).

Les dernières années du 20e siècle, touchées par la crise économique**,** sont synonymes de profond changement pour la culture juvénile. Aux alentours de la décennie 1990[81], l'univers des adolescents est fortement autonome et organisé autour de la musique. Ils récusent la culture consacrée et ils intègrent mal la lecture et tout ce qui peut rappeler l'école. Ils affichent**,** d'autre part, une certaine exclusivité

[79] Rioux (Jean-Pierre), Sirinelli (Jean-François), *La culture de masse en France de la Belle Epoque à nos jours*, Paris, Fayard, 2002, 462 p. ; p. 143 et 144.
[80] Signalons que la musique anglo-saxonne est aussi imprégnée par cette contestation et ce bouillonnement socioculturel. On peut également noter l'apparition, dans la seconde moitié des années 1970, du mouvement punk.
[81] Rioux (Jean-Pierre) et Sirinelli (Jean-François), *Histoire culturelle de la France. Vol. 4 : le temps des masses, le vingtième siècle*, Paris, 1998, Seuil, 403 p. ; p. 318.

de leurs goûts. Cette jeunesse se distingue par une adhésion à des valeurs privées plutôt qu'à celles relevant d'engagements publics et par une surconsommation culturelle. Elle est en quête de cultures ou de sous-cultures identitaires et plus différenciées, mais elle ne cherche pas à les populariser. Ainsi, il peut apparaître un enfermement progressif, un certain zonage culturel venant isoler la jeunesse. Depuis 1975, la culture jeune n'est plus aussi conquérante. Les enfants du *baby-boom* se sont singularisés en étant à l'avant garde des innovations de la société. Les jeunes de la fin du siècle forment**,** pour leur part, une génération plus disparate, sans héritage revendiqué ou contesté, sans idéaux fixes ou attachés et au sans emploi assumé. Ils ne sont plus aussi avant-coureurs en matière culturelle.

Des jeux d'une génération audiovisuelle

Les jeux vidéo touchent deux générations durant la période que nous étudions. D'une part, les 30-40 ans qui ont connu la massification de l'accès à l'enseignement supérieur, et une diversification de l'offre culturelle[82]. Ils ont également vécu les transformations de l'audiovisuel avec, notamment, les radios libres, les télévisions privées, la diffusion des programmes en continu, ainsi que le multiéquipement. D'autre part, la génération des moins de 30 ans qui a grandi dans un monde de télévision, d'ordinateur et de console de jeux[83]. Elle est marquée, en outre, par le début de la dématérialisation des medias et la généralisation d'Internet à haut débit.

Cette jeunesse des années 1980 et 1990 est imprégnée de la culture anglo-saxonne. Par exemple, la synthèse de l'étude sur les pratiques culturelles des français indique que les moins de 35 ans préfèrent les films américains aux films français[84]. Il faut souligner que ces jeunes ont été confrontés de manière précoce à la culture anglo-saxonne (principalement américaine), et surtout sous des formes diverses. Elle connaît les produits standardisés mais aussi les œuvres confidentielles que s'échangent les seuls initiés.

[82] Donnat (Olivier), « Les pratiques culturelles des Français à l'ère numérique, éléments de synthèse 1997 – 2008 », Ministère de la culture et de la communication, mais 2009, 12 p. ; p. 11 col. 2.
http://www.pratiquesculturelles.culture.gouv.fr/doc/08synthese.pdf
[83] *Ibid.*
[84] *Ibid.* p 5 col. 2.

Conclusion : des jeux de leur époque

Les jeux vidéo apparaissent dans un monde où l'audiovisuel et les loisirs prennent une place de plus en plus grande. Ils intègrent une culture juvénile devenue multiple et dont la segmentation est toujours importante. En outre, elle ne cesse de se déployer et de se renforcer. Les industries culturelles participent au phénomène et le fait prospérer car la jeunesse constitue un marché économique en expansion. Sans compter qu'ils peuvent aussi toucher les adultes car de plus en plus « être jeune » ou « faire jeune » devient une valeur positive qu'il faut montrer, voire revendiquer.

Si l'essentiel de la culture des jeunes est anglo-saxonne, les jeux vidéo vont participer à la diffusion d'une nouvelle voie. En effet, ils sont amenés à être un des ambassadeurs de la culture japonaise dans l'univers de la jeunesse.

b) Une certaine « nipponisation » de la culture française par l'intermédiaire de l'animation japonaise et du *manga*[85]

La période que nous étudions se caractérise au niveau culturel par l'implantation et le développement, dans la société française, de la culture japonaise et de ses différents avatars télévisuels, éditoriaux et ludiques. Les divertissements nippons se propagent en touchant la jeunesse et en devenant un des éléments des cultures juvéniles. Ils donnent aussi naissance à un marché économique spécifique, « catalogué » Japon.

Par rapport à notre sujet, cette question apparaît comme légitime car les jeux vidéo participent à cet essor, à partir de la fin des années 1980. En effet, avec le retour des consoles en France et l'antagonisme entre les entreprises Nintendo et Sega, ils sont étroitement associés au pays du soleil levant. Sans oublier qu'une partie du secteur, durant la période étudiée, est dominé par les entreprises japonaises. Pour de nombreux joueurs, le jeu vidéo sur console est alors synonyme du Japon et de jeux japonais[86]. Cette idée peut également être portée par l'importation parallèle et la commercialisation de titres typiquement nippons[87] et leur actualité dans les différents magazines spécialisés. Sans compter que ces derniers réservent durant la seconde moitié des années 1990 une place à l'actualité des dessins animés et des *manga*.

Cependant, les jeux vidéo ne constituent pas le principal vecteur de « japonisation » de la culture française. Ce mouvement est surtout porté par les

[85] Littéralement le mot *manga* veut dire « image dérisoire ». Néanmoins, il faut prendre le terme comme synonyme de bande dessinée.

[86] Précisons que cette association entre Japon et jeux vidéo ne concerne que l'univers des consoles (et celui des jeux d'arcade à partir de la seconde moitié des années 1980). Les jeux vidéo sur ordinateur possèdent une connotation beaucoup plus occidentale, notamment parce que la majorité des programmes ludiques de ce système de jeux sont d'origine américaine ou européenne.

[87] Outre des genres de jeux très en vogue au pays du soleil levant comme les jeux de rôle, qui donc se trouvent dans des proportions non négligeables dans les ludothèques, il faut ajouter des jeux qui reprennent à leur compte des traditions ou bien encore des éléments typiques de la société, ou de la culture populaire. Par exemple, on peut citer le jeu *Valis* qui met en scène une écolière qui doit chasser un démon. L'héroïne se bat en uniforme d'écolière dans un premier temps, avant de recevoir une tenue de guerrière. Ces deux éléments sont très répandus dans la production audiovisuelle ou la bande dessinée. Autre jeu, *Kabuki Soldier* qui lui met en scène un maître du *kabuki*. Le jeu fait directement référence au *kabuki*, une forme du théâtre traditionnel japonais. Enfin, nous pouvons aussi citer *Taiko no Tatsujin*, un jeu musical de tambours japonais. Voir : I'm Destroy, Trazom, « *Valis* » dans *Joypad*, n° 5, février 1992, p. 72 ; I'm Destroy, TSR, « *Kabuki Soldier* » dans *Joypad*, n° 3, décembre 1991, p. 76.

dessins animés à partir de la fin des années 1970 et les bandes dessinés à compter des années 1990. Il faut souligner que cet accroissement de la place de la culture japonaise, dans les loisirs des français ne date pas de l'apparition de ces nouveaux divertissements. En effet, le Japon s'est déjà immiscé dans les loisirs de la société française avec, entre autre, les arts martiaux[88] et le cinéma dont le premier succès remonte à 1952 avec la sortie de *Rashōmon* d'Akira Kurosawa. Toutefois, il nous apparaît que c'est durant la décennie 1970 que ce phénomène prend de l'ampleur et que débute véritablement sa progression. Au cinéma, c'est l'époque de la découverte de nouveaux cinéastes nippons mais aussi des films d'action de Bruce Lee qui mettent en lumière la pratique des arts martiaux. La télévision participe à l'initiation du téléspectateur à la « chose » japonaise, mais son action demeure encore restreinte. Notons la diffusion par l'ORTF en 1974 du feuilleton *Les oiseaux de Meiji Jingu*, une production franco-japonaise (rediffusée en 1978 sur TF1)[89], et dans une moindre mesure celle (la même année) de la série *Kung-fu* avec l'acteur David Carradine.

Les jeux vidéo, les dessins animés japonais et les *manga* contribuent, plus que le cinéma ou les arts martiaux, à ouvrir une fenêtre sur le pays du soleil levant, sa culture, et sur certaines caractéristiques de la société japonaise. Ces trois univers évoluent en France en parallèle, à la fois sans grands rapports et en entretenant des liens[90], en se croisant et en se recoupant[91]. En outre, nous pouvons noter l'émergence, durant les années 1990, d'une catégorie de joueurs passionnés, adulateurs des jeux vidéo japonais, dont une partie est également fanatique des

[88] Notons que les arts martiaux ne sont pas une nouveauté dans des années 1970. En France, ils sont connus dès le début du 20e siècle (*ju-jitsu*, *judo*). En outre, durant les années 1950, certaines disciplines japonaises sont introduites dans l'hexagone comme le *karate* ou le *kendo*. Notons que cette décennie est aussi marquée par le lancement du magazine *Budo* qui est dédié aux arts martiaux.

[89] *Les oiseaux de Meiji Jingu* est une série de 28 épisodes de 13 minutes, avec notamment l'acteur Bernard Giraudeau. Elle raconte l'histoire d'une jeune japonaise qui vient s'installer à Paris suite au suicide de son père et à la rupture avec son fiancé. C'est une série dramatique où il est question d'amour et de vengeance.

[90] Par exemple, en raison de politiques de licences qui voient l'adaptation des dessins animés ou des bandes dessinées en jeux vidéo, ou l'inverse. D'autre part, quelques entreprises sont présentes dans les deux univers, comme l'éditeur Enix qui publient des *manga*, mais aussi des jeux, ou bien alors d'autres éditeurs de presse qui disposent de magazines sur les jeux vidéo et sur les *manga* ou les dessins animés.

[91] Il est possible de connaître l'existence de séries non diffusées en France grâce à leurs adaptations ludiques. C'est par exemple le cas de la franchise *Gundam*, qui constitue un véritable phénomène culturel au Japon. En outre, dans la seconde moitié des années 1990, les magazines spécialisés de jeux vidéo français tiennent pour la plupart une rubrique sur les dessins animés japonais et le *manga*.

manga et des dessins animés nippons[92]. D'autre part, ces trois domaines connaissent un age d'or créatif, durant les décennies 1980 et 1990, qui ne trouve presque aucun contre poids et qui permet de toucher sans difficulté la jeunesse (française) et à se faire une place dans leurs loisirs.

Il nous semble donc important de consacrer un paragraphe aux dessins animés japonais et au *manga* pour les présenter et pour expliquer les raisons de leur succès dans l'hexagone. Surtout que la France représente un cas plutôt particulier par rapport à des pays comme les Etats-Unis, l'Angleterre, l'Allemagne, l'Espagne ou l'Italie qui reçoivent aussi cette vague de divertissements japonais. Non seulement la culture nipponne se développe dans notre pays en parallèle de la culture dominante américaine, mais en plus sa croissance atteint un niveau bien plus important qu'ailleurs. A ce propos, il est communément admis, depuis le milieu des années 1990, que la France est le second consommateur de *manga*[93], après le Japon.

L'émergence de l'animation japonaise et du manga en France

Les prémices de l'animation japonaise et du *manga* en France ont lieu, probablement, durant la seconde moitié des années 1960[94]. Quelques initiatives isolées permettent d'introduire, auprès des français, les premiers « spécimens » de ce type de productions. Ainsi, pour ce qui est de l'animation, entre 1966 et 1967[95], les salles de cinéma projettent en première partie de programme, juste après les actualités, sous la forme d'un feuilleton de trois minutes, *Cyborg 009*, un film

[92] Bien entendu, le développement des programmes japonais à la télévision, ainsi que l'apparition d'un marché exclusif à ce type de production (édition de cassette vidéo/DVD et *manga*) favorise l'émergence de ses propres passionnés, qui n'ont pas forcement d'attirance pour les jeux vidéo.
[93] Nous préférons prendre des distances avec cette affirmation car il n'y a pas d'études sérieuses sur le sujet, même si la France se révèle effectivement grande consommatrice de *manga* et de produits japonais. De plus, dans ce classement, généralement, il n'y a pas de précisions sur ce qui est pris en compte. Ceci étant problématique, dans le sens où le terme *manga* est souvent mal utilisé durant ces années. En effet, il désigne pour certains à la fois les dessins animés et les bandes dessinés nippones. En outre, elle peut avoir aussi été véhiculée par les passionnés, pour faire contre poids aux critiques virulentes adressées à ces deux univers.
[94] Précisons que nous nous basons sur nos recherches et l'état actuel des connaissances. Il n'est donc pas exclut que cette genèse ait pu avoir lieu avant cette période.
[95] Kahn (Alain), Richard (Olivier), *Les Chroniques de Player One : 20 ans de jeu vidéo et de manga*, Boulogne-Billancourt, Pika Edition, 2010, 299 p. ; p. 16.

d'animation[96] adapté du *manga* éponyme de Shotaro Ishinomori[97]. Nous pouvons également noter la sortie en salle en 1974 du *Chat Beauté* de Kimio Yabuki.

En ce qui concerne le *manga*, les premières planches de ce genre de bande dessinée sont publiées en 1969 dans le magazine *Budo*, spécialisé dans les arts martiaux[98]. Il s'agit alors d'une histoire de samouraï d'Hiroshi Hirata[99]. Autre expérience : entre 1978 et 1981, paraît la revue *Le Cri qui tue*[100], qui publie durant ses six numéros, des histoires de plusieurs grands auteurs comme Osamu Tezuka[101], Shotaro Ishinomori ou bien encore Takao Saitō[102]. En 1979, est en outre

[96] Le découpage du film est d'origine française car initialement il s'agit de deux films d'une durée d'une heure chacun. D'ailleurs, en 1968, ils sont regroupés et ils ressortent dans les salles françaises sous la forme d'un film de deux heures.

[97] Shōtarō Ishinomori (1938 – 1998). Il est l'un des plus grands dessinateurs japonais de l'histoire du *manga*. Auteur très prolifique, son style est proche de celui d'Osamu Tezuka dont il fut l'assistant. Artiste aux multiples casquettes, il multiplie les collaborations et il utilise l'ensemble des médias pour exprimer son talent. Ainsi, il travaille aussi bien dans l'univers du *manga* que pour la sphère audiovisuelle, et il est tour à tour dessinateur, créateur de personnages et de scénarios originaux, parolier ou producteur. Son œuvre est présente sur différents supports (bande dessinée, télévision) et elle touche un large public constitué aussi bien d'enfants que d'adultes. Il aborde dans ses récits des thèmes aussi variés que l'histoire, le monde contemporain ou la science-fiction et des genres tels l'aventure, le policier, le drame ou la comédie. Ces histoires accordent une place à l'étude et à l'analyse de la condition humaine. Il laisse derrière lui une gamme de héros extrêmement populaire au Japon tels Kamen Rider, Kikaider, le ninja Arashi, Inazuman, les Goranger ou Zubat. Parmi ses *manga* les plus connus, citons *Cyborg 009*, *Sabu to Ichi Torimono Hikae*, *Skullman*, *Hotel*, ainsi que son *Histoire du Japon en manga* (en 55 volumes) et son *Introduction à l'économie japonaise*.

[98] *Budo* est un magazine consacré aux arts martiaux crée au début des années 1950. La publication de *manga* commence dans le numéro d'octobre 1969 et elle se poursuit jusqu'à la fin de l'année 1973. Les titres publiés sont centrés sur les arts martiaux, les samouraïs et leur vie quotidienne, et le Japon féodal. Pour la revue, elle permet « de mieux comprendre l'esprit *Budo* (*Bushu-do*), et en particulier les problèmes des Samouraï d'il y a 150 ans au Japon féodal ». Cette publication apparaît donc comme une sorte de valeur ajoutée offrant la possibilité de découvrir d'une façon différente l'esprit des arts martiaux, mais aussi d'aborder la culture et l'histoire japonaise. Soulignons que chaque numéro ne comporte qu'une dizaine de pages de *manga* et que cette initiative s'arrête en raison d'une fusion du magazine avec l'un de ses confrères. « *Sommaire* : *Histoire vécue du Samouraï Shinsaburo* (3) » dans *Budo Magazine – Judo Kodokan*, volume XX, n°1, janvier 1970, p. 3 col. 2.

[99] Hiroshi Hirata (né le 9 février 1938) : Il est spécialisé dans les *manga* pour adulte (*gekiga*) ce qui transparaît notamment dans son style graphique. Il est notamment l'auteur de *Zatoichi*, *Satsuma - l'honneur des samouraïs* ou encore *L'Âme du Kyudo*.

[100] Voir : Kahn (Alain), Richard (Olivier), *Les Chroniques de Player One : 20 ans de jeu vidéo et de manga*, Boulogne-Billancourt, Pika Edition, 2010, 299 p. ; p. 28 ; Bastide (julien), « *Articles* : *Manga* : Atoss Takemoto, l'ambassadeur *manga* » dans *animeland.com*, 1er mars 2002, http://www.animeland.com/articles/voir/220/Atoss-TAKEMOTO-lambassadeur-manga

[101] Osamu Tezuka (1928 – 1989). Il est considéré comme le « dieu du *manga* » et surtout comme le père du *manga* moderne. Il s'oriente tout d'abord dans des études de médecines, avant d'embrasser définitivement la carrière de dessinateur. Sa première histoire est publiée en 1947, et il s'agit de *La Nouvelle Ile au Trésor* (*Shin takarajima*). Influencé par le cinéma (Chaplin, Disney), il introduit un style nouveau dans la bande dessiné japonaise, avec des découpages cinématographiques et rythmés, des traits vifs, clairs et expressifs, et une certaine manière d'utiliser les cases. Il aborde différents thèmes comme la science fiction, l'histoire, la religion, le fantastique. En plus du *manga*, Tezuka s'est également lancé dans l'animation. Parmi ses titres les plus connus, notons *Le roi Leo*, *Black Jack*, *Astro le petit robot* (*Tetsuwan Atom*), *La vie de Bouddha*, *L'Histoire des 3 Adolf*.

[102] Takao Saitō (né le 3 novembre 1936) : Cet auteur de *manga* est principalement connu pour son titre *Golgo 13*, qui débute en octobre 1968 et qui conte les aventures d'un tueur à gage Golgo 13 (aussi connu sous le nom de Duke Togo). Toujours publié au Japon, le *manga* compte actuellement 148 volumes.

publié le premier album (format franco-belge) d'une bande dessinée japonaise, à savoir *Le Vent du Nord est Comme le Hennissement d'un Cheval Noir*[103].

Mentionnons aussi que ces deux domaines commencent à éveiller l'intérêt de quelques spécialistes. Nous pouvons nous en rendre compte avec les actions de Claude Moliterni[104] pour faire connaître le *manga* au début des années 1970. En 1970, il organise, à la demande de l'ambassade du Japon, une rétrospective (peut être la première) sur la bande dessinée japonaise[105]. Il est également l'auteur d'un article de présentation de cet univers dans la revue d'étude *Phénix* qu'il dirige et qui comporte une rubrique sur l'actualité japonaise.

A propos des *manga*, il note dans l'introduction de son article :

« Au premier abord, on remarque la violence qui est présente dans la bande dessinée destinée aux tous jeunes comme dans celle destinée aux adultes. Ce n'est que coups de sabres, ventres ouverts, têtes coupées... On s'en donne à cœur joie, de quoi faire frémir la censure française pendant plusieurs nuits... Ensuite les visages des héros ne sont pas ceux que l'on pourrait s'attendre à voir, pas d'yeux bridés, mais d'énormes yeux ronds à l'occidentale. Mais la grande innovation de la B.D. japonaise, c'est la mise en page et les quelques exemples qui vont suivre vont être une éclatante démonstration. Ces cartoonists ont compris ce qu'était la bande dessinée, ils ont découvert tout de suite qu'elle avait un langage... Influencés par les comic-books US, ces dessinateurs ont utilisé la science du découpage d'une manière

[103] En réalité, il s'agit d'une histoire d'une quarantaine de pages extraite du manga fleuve *Sabu to Ichi Torimono Hikae* d'Ishinomori. Ce titre est publié au Japon entre 1966 et 1972 et il compte dans sa première édition 17 volumes. Une nouvelle édition française (et complète) de ce *manga* débute fin 2010 chez l'éditeur Kana (Dargaud).

[104] Moliterni Claude (21 novembre 1932 – 21 janvier 2009). Passionné de bande dessinée, Claude Moliterni oeuvre durant toute sa carrière pour la reconnaissance du 9e art. Débutant comme documentaliste chez Hachette, il est tour à tour auteur (romans policiers, BD, pièces radiophoniques), directeur éditorial chez Dargaud (de 1973 à 1989), directeur de plusieurs rédactions ((Pilote, Charlie Mensuel, Lucky Luke Magazine), directeur général des éditions Gautier-Langereau (1989-1990) et cofondateur des éditions Bagheera. Historien de la bande dessinée, il est également connu comme organisateur d'expositions sur la bande dessinée et de plusieurs festivals (Il est notamment cofondateur du Festival International de la Bande Dessinée d'Angoulême). Voir : « C.V. » dans *Claude Moliterni.com*, 2005, http://www.claudemoliterni.com; Le Saux (Laurence), « *Hommage* : L'adieu aux bulles de Claude Moliterni » dans *Telerama.fr*, 23 janvier 2009, http://www.telerama.fr/livre/l-adieu-aux-bulles-de-claude-moliterni,38415.php

[105] Il semble que cette exposition ne comporte aucune référence. Elle a lieu à Paris, dans le magasin Publicis de Saint Lazare. Voir : « *De notre correspondant au Japon* » dans *Phénix*, n° 15, 4e trimestre 1970, p. 31 col. 3 ; Moliterni (Claude) et Ono (Kosei), « La bande dessinée japonaise » dans *Phénix*, n° 21, 6e année, p. 9 col. 1.

fantastique donnant ainsi un rythme à leurs séries... Tout est visuel... Quant à l'utilisation du noir et blanc, elle est prodigieuse... »[106].

Cet extrait nous apparaît comme important car il nous donne l'un des premiers avis français sur la bande dessinée japonaise. L'auteur semble être curieux de découvrir le *manga*, avec en plus une volonté de faire partager sa découverte avec le public et de le pousser à s'y intéresser. Son analyse est plutôt nuancé et enthousiaste et elle montre les quelques caractéristiques qui retiennent, de suite, son attention. Ainsi, il est marqué par le style de dessins (les yeux à l'occidentale), l'utilisation du noir et blanc, la mise en scène cinématographique (et d'inspiration américaine), mais aussi la violence. Selon nous, ce paragraphe est intéressant car Claude Moliterni comprend ce qui fait la force de la bande dessinée japonaise, mais aussi ce qui va attirer les reproches en France. En substance, il contient certains arguments qui seront repris, durant les années 1990, par les défenseurs des *manga* (et des dessins animés japonais), ainsi que par leurs opposants.

Ces premiers essais passent relativement inaperçus, et ils ne semblent pas rencontrer le succès populaire. S'il n'est pas aisé, en raison du manque de document notamment, de connaître les motifs de ce désintérêt, nous pouvons tout de même nous questionner sur cette indifférence. Nous pensons qu'elle peut provenir du manque d'information du public et des professionnels sur ces productions (magazines confidentiels, ignorance sur les titres qui marchent et ceux susceptibles de plaire au public occidental). Les histoires proposées sont peut-être également en cause, car leurs thèmes paraissent assez ciblés (beaucoup de récits d'arts martiaux[107]), voire possède un traitement « trop japonais » (narration, humour). Sans compter pour les *manga*, les styles de dessins, celui des auteurs, ou bien encore l'utilisation du noir et blanc qui dénotent par rapport à la bande dessinée européenne et américaine.

[106] Moliterni (Claude) et Ono (Kosei), « La bande dessinée japonaise » dans *Phénix*, n° 21, 6e année, p. 9 col. 1 et 2.
[107] Nous pouvons nous demander si les *manga* ayant un thème lié aux arts martiaux ne peuvent pas apparaître aux yeux du public français comme un poncif de la production japonaise et comme de simples copies de films cinématographiques.

Le premier succès : le phénomène Goldorak

La passion du public pour ce type de productions, et leur développement dans la société française provient de la télévision, des dessins animés, et des émissions jeunesse. Toutefois, dans ce cas aussi, les premiers dessins animés japonais diffusés à la télévision ne sont pas remarqués[108]. Le plébiscite du public se révèle être soudain et il possède un caractère fracassant. Il intervient en juillet 1978 avec la diffusion de *Goldorak* (*UFO Robot Grendizer* au Japon)[109] dans *Récré A2* (présentée par l'animatrice Dorothée), la nouvelle émission de jeunesse de la chaîne Antenne 2. Mis à l'antenne durant les vacances scolaires d'été, puis reprogrammé à la rentrée, le dessin animé trouve tout de suite son public, et il réalise de très bons scores d'audiences[110].

Son succès, et la nouveauté que constitue ce type de série animée pour la France[111], aboutissent à un phénomène de société[112]. *Goldorak* devient un sujet de discussions, de préoccupations, de questionnements, qui bouscule la vision traditionnelle des français sur le dessin animé. Nous pouvons nous en rendre compte particulièrement avec un article de Guy Lagorce publié par *Paris Match* en janvier 1979 qui, pour l'occasion, consacre sa « une » au dessin animé. Nous allons nous attarder sur cette chronique car elle nous semble être la plus caractéristique de ce bouillonnement, et du regard que porte la société sur ce programme de jeunesse.

---

[108] Les premiers dessins animés d'origine japonaise sont, entre autre, *Oum le dauphin blanc*, une coproduction franco japonaise diffusée en 1971, et deux adaptations de *manga* de Tezuka, à savoir en 1972 *Le Roi Léo* (*Jungle Teitei*), puis en 1974, *Princesse Saphyr*.

[109] *Goldorak* est une série imaginée par Go Nagai, célèbre dessinateur de *manga*, connu entre autre pour son titre *Devilman*, mais aussi pour avoir inventé le concept de « super robot », qui voit un robot géant piloté de l'intérieur, et qui se bat pour la défense de la planète. La première série du genre est *Mazinger Z* (apparue en 1972), et nous pouvons citer du même auteur *Great Mazinger, Getter Robo* ou *Kotetsu Jeeg*. *Goldorak* est considérée comme la troisième série de la trilogie *Mazinger*. Elle est diffusée au Japon de 1975 à 1977 et elle totalise 74 épisodes.

[110] Notamment, la série parvient à obtenir un score de cent pour cent de part de marché. Toutefois, il faut noter que cette audience est possible en raison de la configuration du paysage audiovisuel français à la fin des années 1970 (peu de chaînes disponibles) ainsi que par le moment de la diffusion (peu de programmes forts pouvant offrir une sérieuse concurrence, vacances d'été).

[111] Soulignons qu'au Japon, *Goldorak* passe relativement inaperçu malgré des audiences correctes. Il ne rencontre que peu de succès. Tout d'abord, ce type de série n'est pas nouveau dans le paysage télévisuel japonais, il peut donc y avoir un effet de saturation et de lassitude envers la formule. Surtout, le public passionné ne pardonne pas de voir le héros de *Mazinger Z* (série très populaire) y jouer les seconds rôles.

[112] *Goldorak*, en plus d'être un succès télévisuel, est aussi une réussite commerciale à travers la vente de produits dérivés (jouets, magazine, disques, bonbons, déguisements). Notons que la chaîne *Antennes 2* reçoit 30% de redevances sur ces ventes. Le phénomène (dans sa forme originel) est exploité en France environ jusqu'en 1983. Radenac (Michel), « Les jeunes téléspectateurs saisis par la Goldorakite » dans *Télé 7 Jours*, n° 972, 13 janvier 1979, p. 101 col. 3.

Elle le présente, résume le phénomène, le choc des adultes, et l'enthousiasme qu'il suscite chez les plus jeunes.

Dans un premier temps, l'auteur vise à expliquer l'incompréhension des adultes. Il écrit :

« et puis un jour, pour une raison de futile apparence, vous vous retrouvez soudain arraché à votre illusion de jeunesse et donc, d'une certaine manière assassiné. Adulte, mes frères, notre tueur à nom Goldorak »[113]. Il enchaîne en précisant: « jusqu'à l'arrivée de ce formidable robot des temps nouveaux, les héros de nos fils étaient les mêmes que ceux qui nous enchantaient jadis…Ces torrents d'aventures débouchaient sur des paysages connus de larges plaines heureuses ». La conclusion de l'article va dans un même analogue : « Ecoutez parents, cette leçon…Ecoutez-là bien, elle sonne l'heure des temps futurs [...] En vérité, il est né aux frontières d'une autre vie. Une autre vie que pressente nos enfants et à laquelle – comme le temps passe – ni vous ni moi n'auront un jour accès »[114].

Nous pouvons voir qu'il explique le succès de *Goldorak* par le côté inédit, inconnu, moderne de la série, mais aussi par une rupture de génération. Ce dessin animé est un programme qui brise les conventions liées aux séries jeunesses, et il parle en priorité aux enfants et aux jeunes, qui sont les futurs adultes de la société de l'an 2000. Nous avons l'impression que pour l'auteur, il est donc presque normal que les adultes se sentent perdus et qu'ils ne comprennent pas pourquoi un tel programme peut plaire, surtout qu'ils ne peuvent pas se rattacher aux références qu'ils connaissent.

Dans un second temps, Guy Lagorce revient sur le succès commercial initié par la série. Il indique qu'avant les fêtes de noël :

[113] Lagorce (Guy), « Goldorak un robot né au Japon est devenu le messie des enfants français » dans *Paris Match*, 19 janvier 1979, p. 34 col. 1.
[114] *Ibid.* p. 36 col. 4.

« les magasins sont en rupture de stock. On s'inscrivait sur les listes d'attentes et si l'on avait des relations, on le trouvait au marché noir »[115] ou bien encore « quant au jouet représentant le Dieu…une folie »[116]. Il liste les différents records de vente et produits dérivés comme « 400 000 disques, 150 000 posters, des millions d'autocollants, un journal tiré à 300 000 exemplaires »[117].

Ce volet « économique » vient crédibiliser le phénomène et il montre aussi que la demande est importante. Comme toute mode, il ressort de l'analyse de l'auteur l'aspect démesuré et incontrôlable de la passion du public, notamment avec l'emploi de mots tels que « inouï », « n'a jamais vu cela », « débordé » ou « une folie, vous dis-je, un ouragan, un typhon ». D'un point de vue plus social et pour montrer un ancrage dans la société, l'auteur rapporte que le nom du robot est même parfois scandé dans certaines réunions du RPR, en association avec le nom de Jacques Chirac[118]. En outre, dans le magazine *Télé 7 jours* il est dit que « deux mille lettres parviennent quotidiennement à Antenne II »[119].

Enfin, dans une troisième partie de l'article, l'auteur résume l'histoire de *Goldorak* et il donne quelques informations techniques. Surtout, il aborde les éléments qui plaisent au jeune public et il aborde la question de la violence. Il écrit à ce propos : « *j'ai écrit destruction et non point mort [...] Violence, violence dites-vous ? Non, justement ! car en dépit de tant de bruit et de tant de fureur, et à la différence du moindre western et du moindre policier, jamais, au grand jamais, le sang coule dans Goldorak* »[120]. Il précise : « *Oui, les héros-robots sont chargés de toutes les passions vieilles comme l'humanité [...] Pas de sang. Ils sont les vecteurs de nos vieilles passions et non point des martyrs* »[121].

Nous pouvons nous rendre compte qu'il y a une inquiétude vis-à-vis de la violence que peut contenir *Goldorak*. Toutefois, à la manière de l'article de Claude

[115] *Ibid.* p. 34 col. 3.
[116] *Ibid.* p. 36 col. 1.
[117] *Ibid.* p. 34 col. 3.
[118] *Ibid.* p. 36 col. 2.
[119] Radenac (Michel), « Les jeunes téléspectateurs saisis par la Goldorakite » dans *Télé 7 Jours*, n° 972, 13 janvier 1979, p. 100 col. 3.
[120] Lagorce (Guy), « Goldorak un robot né au Japon est devenu le messie des enfants français » dans *Paris Match*, 19 janvier 1979, p. 36 col. 4.
[121] *Ibid.*

Moliterni que nous avons rapporté ci-dessus, Guy Lagorce s'accorde à dédouaner le programme de toute violence gratuite. Il montre que la série ne fait que s'inspirer de la vie et des passions humaines. La comparaison avec le « western » est aussi faite pour indiquer qu'il ne s'agit pas du même type de violence ; celle de *Goldorak* étant beaucoup moins forte parce qu'elle met en jeu des robots et non pas directement des humains. Ajoutons que ces précautions par rapport au thème de la violence sont aussi prises dans un article sur le dessin animé que consacre l'hebdomadaire *Telé 7 jours* la même semaine. Il y a donc un travail d'acclimatation général du grand public, et une explication sur ce qui peut choquer les adultes. Hormis cela, nous constations qu'il n'y a pas d'opposition frontale ou de grande réserve face à ce programme. Il fascine et attise plus les curiosités que la peur. Néanmoins, nous pouvons aussi nous demander si ces réserves ne sont pas dictées par le succès économiques afin de préserver l'engouement des masses et éviter toutes polémiques. De plus, nous pouvons nous étonner que l'article de *Paris Match* ne replace pas *Goldorak* dans son pays d'origine, et n'aborde pas la question des dessins animés au Japon.

Selon nous, le triomphe de *Goldorak* est possible parce que ce dessin animé renvoi aux modes et aux aspirations des sociétés occidentales de la fin des années 1970. Il profite surtout du succès commercial du film *La guerre des étoiles*[122], et à l'intérêt pour des sujets évoquant la société du futur, celle de l'an 2000, de l'informatique et des robots. Nous reviendrons sur ces éléments parce qu'ils jouent le même rôle dans le développement et la perception des jeux vidéo.

Un développement lié à la diffusion à la télévision

Goldorak lance à la télévision française deux décennies de diffusion (presque massive) de programmes japonais, dans les émissions à destination de la jeunesse. En plus des dessins animés, arrive sur les ondes françaises, un genre particulier de séries nippones, le *Tokusatsu*[123] qui met en scène des super héros « à la

[122] L'article de *Telé 7 jours* va dans notre sens en indiquant « c'est en effet la première fois que le petit écran accueille des robots dont on sait la fascination qu'ils exercent sur les enfants depuis le succès de *La Guerre des étoiles* ». Radenac (Michel), « Les jeunes téléspectateurs saisis par la Goldorakite » dans *Télé 7 Jours*, n° 972, 13 janvier 1979, p. 100 col. 2.

[123] *Tokusatsu* : abréviation de *tokushu satsuei* qui veut dire effets spéciaux. Par extension, il désigne un genre de films et de séries télévisées qui en incorpore un certain nombre, et qui met généralement en scène des supers-héros. Le *tokusatsu* apparaît au Japon avec la naissance de *Godzilla* (1954 au cinéma) puis il se répand durant la

Japonaise »[124]. Outre les succès d'audiences et la demande des jeunes téléspectateurs pour ce type de productions, la déferlante peut aussi s'expliquer par le fait qu'il s'agit de programmes plutôt bon marché (notamment en comparaisons des dessins animés américains ou européens). Par exemple, la minute de *Goldorak* coûte 10 000 francs (1524 euros) contre 40 000 francs (6048 euros) pour une production animée française[125].

Durant la première partie des années 1980, *Recré A2* est la principale émission à diffuser ce type de dessins animés, mais toutes les chaînes s'y mettent, avec plus ou moins d'entrain[126]. La seconde partie des années 1980 et surtout les années 1990 sont marqués par de nouvelles vagues de séries japonaises, à la faveur de l'apparition de nouvelles chaînes comme *La Cinq*[127], de la concurrence que se livrent les diffuseurs, et à l'apparition de nouvelles émissions destinées aux jeunes téléspectateurs. C'est surtout l'arrivée en septembre 1987 de l'animatrice Dorothée sur TF1[128], nouvellement privatisée, et le lancement du *Club Dorothée*, qui offre au public, une alimentation constante en dessins animés japonais[129]. Ces derniers sont

---

seconde moitié des années 1950 avec des personnages comme *Super Giant* ou *Moonlight Mask*. Les séries appartenant à ce style de programmes sont destinées à un jeune public. Aujourd'hui le genre compte plusieurs catégories comme les films de monstre (*kaiju*), le *sentai* (qui met en scène un escadron de trois ou cinq héros aux costumes de couleurs vives), les séries des *Ultraman* ou bien encore les *métal hero* (*X-Or*, *Sharivan*, *Shaider*, *Metalder*). En France, deux genres de cette famille sont inconnus et ne sont pas importés alors qu'il s'agit d'institution au Japon, à savoir les franchises *Ultraman* et *Kamen Rider*.

[124] Si la première du genre a être diffusé est *San Ku Kai* en 1978, suivie en 1982 par *Spectreman*, c'est surtout *X-Or* (à partir de fin 1983 dans *Recré A2*), puis *Bioman* (diffusé sur Canal Plus en 1986, puis sur TF1 dans le *Club Dorothée*) qui révèlent ce type de série et accrochent les jeunes téléspectateurs.

[125] Notons qu'un article du magazine *Télé 7 jours* indique un coût différent (mais avec un ordre de grandeur identique). Il révèle « qu'une minute de *Goldorak* revient à 1 000 F, soit trente fois moins que celle d'un dessin animé confectionné en France ». Voir : Lagorge (Guy), « Goldorak un robot né au Japon est devenu le messie des enfants français » dans *Paris Match*, n° 1547, 19 janvier 1979, p. 36 col. 3 et 4 ; Radenac (Michel), « Les jeunes téléspectateurs saisis par la Goldorakite » dans *Télé 7 Jours*, n° 972, 13 janvier 1979, p. 101 col. 3.

[126] Les dessins animés qui marquent les téléspectateurs sont entre autre *Candy*, *Astro le petit robot*, *Judo Boy*, *Maya l'abeille*, *Albator*, *Capitane Flam*, *Gigi*, *Cobra*, *Tom Sawyer* ou bien encore deux coproduction franco-japonaise *Les mystérieuses cités d'or* et *Ulysse 31*. Soulignons que les productions américaines sont encore biens présentes (*Cosmocats*, *GI. Joe*, *Les Maîtres de l'Univers*), avec notamment des campagnes commerciales qui couplent dessins animés et jouets.

[127] Par exemple, cette chaîne diffuse *Robotech* (un remontage américain de trois séries japonaises dont la plus remarquée est *Macross*), des séries sportives comme *Jeanne et Serge* (volley ball), *Théo où la batte de la victoire* (base-ball), et surtout *Olive et Tom* (football), mais aussi des séries animées de la Nippon Animation qui adapte des classiques de la littérature occidentale pour la jeunesse. Les téléspectateurs peuvent ainsi découvrir *Princesse Sarah*, *Le tour du monde en 80 jours*, *Dans* les *Alpes avec Annette*, *Flo et les robinssons suisses* ou bien encore *Cathy la petite fermière*. La chaîne rediffuse également le *Roi Léo*, et son dernier coup d'éclat est la programmation en 1991 de *Nadia, le secret de l'eau bleue*.

[128] Dorothée est, non seulement animatrice, mais elle occupe aussi le poste de directrice des programmes de l'unité jeunesse de la chaîne.

[129] Parmi ces derniers et les plus emblématiques, il faut citer *Nicky Larson* (*City Hunter*), *Le collège Fou Fou Fou*, *Muscleman*, *Juliette je t'aime*, *Ranma ½*, *Sailor Moon*, *Ken le survivant* (*Hokuto no Ken*) mais aussi et

une des principales raisons du succès de l'émission qui demeure, durant une décennie (de 1987 à 1997), le premier programme de jeunesse en France, non seulement en temps d'antennes[130], qu'en terme d'audience[131].

Il faut souligner qu'au milieu des années 1990, la diffusion, dans cette émission, de la série *Dragon Ball Z*[132] est à l'origine d'un nouveau phénomène de société lié à un dessin animé nippon. Elle révèle l'importance du poids pris par les programmes japonais dans les émissions destinés à la jeunesse, ainsi que l'adhésion du public pour ces derniers. Elle cristallise aussi les peurs des adultes et les reproches. Si *Goldorak* permet à une première génération de se familiariser avec les dessins animés japonais, et de plonger dans les histoires japonaises, *Dragon Ball* révèle et attire une seconde vague de passionnés, qui découvrent ces univers par l'intermédiaire du *Club Dorothée*.

Le succès audiovisuel de ces séries animées irradie le reste de la société, et de nouvelles initiatives vouées à la culture populaire japonaise émergent durant la décennie 1990. A la radio, nous pouvons noter le principal exemple avec la station *Radio Loustic* (1987 – 1992), destinée à la jeunesse. Cette dernière possède une émission, *La grande parade des teletoon* qui diffuse des génériques de dessins animés en version originale japonaise. Il y a aussi l'apparition d'une presse spécialisée avec le fanzine *Animeland*, apparu en octobre 1991 et qui devient un magazine professionnel en 1996.

---

surtout *Les chevaliers du Zodiaque* (*Saint Seiya*) et *Dragon Ball*. La plupart de ces séries animées sont des adaptations de *manga*, réalisées par le studio Toei Animation.

[130] L'émission occupe jusqu'à 26 heures d'antenne par semaine (et bien plus lors des vacances scolaires).

[131] Durant sa décennie d'existence, l'émission est toujours restée leader de son segment. En moyenne son taux d'audience est supérieur à 50%. Il est compris généralement entre 55% et 65%. En outre, le *Club Dorothée* est regardé par 75% des jeunes.

[132] *Dragon Ball* est à l'origine un *manga* d'Akira Toriyama, qui débute au Japon dans les pages du magazine *Weekly Jump* en 1984. Le titre s'arrête en 1995, en totalisant 42 volumes reliés. Son histoire est basée sur le récit chinois *Le Voyage en Occident*, et elle raconte les aventures de Son Goku, sa découverte du monde, sa recherche des boules de cristal (du dragon) et ses entraînements d'art martiaux. Orienté humour à ses débuts, le *manga* change de ton, en devenant beaucoup plus sérieux et centré sur les combats d'arts martiaux (faisant intervenir des supers pouvoirs démesurés) entre les héros et des créatures belliqueuses. Il faut aussi remarquer que tout au long de l'histoire, les personnages évoluent, grandissent, vieillissent, et fondent des familles. Son adaptation en dessin animé débute au Japon en 1986, avec en 1989 le commencement de *Dragon Ball Z* (la division n'est faite que pour la télévision). Elle cesse en 1996. Les deux séries totalisent pour l'une (*Dragon Ball*) 153 épisodes, tandis que l'autre (*Dragon Ball Z*) compte 291 épisodes. Notons qu'une troisième série télévisée de 64 épisodes, originale et non rattachée au *manga* est diffusée au Japon entre 1996 et 1997. A celles-ci, il faut ajouter des films d'animation pour le cinéma, et des téléfilms spéciaux. En France, le dessin animé est pour la première fois diffusé (sur une chaîne hertzienne) de 1988 à 1997 (les derniers épisodes de *Dragon Ball Z* ne sont pas diffusés, en raison de l'arrêt du *Club Dorothée*).

La télévision initie surtout un secteur économique lié aux productions japonaises. Cela débute avec *Goldorak* qui engendre tout un tas de produits dérivés, comme des disques, des revues et des bandes dessinés (réalisés en France) ou des jouets. Globalement, durant les années 1980, les différentes séries animées japonaises ou américaines sont principalement l'occasion de lancer des nouvelles gammes de jouets. Le développement de ce marché encore embryonnaire se produit avec les années 1990. Notons que le phénomène *Dragon Ball* est un nouveau moteur de la consommation de produits issus des divertissements japonais. On observe l'apparition des marchés de l'édition de *manga*[133] et de l'édition vidéo (cassette VHS puis DVD)[134], ainsi qu'une exploitation de plus en plus courante de films d'animation japonaise dans les salles de cinéma[135]. Pour la période que nous étudions, ces

[133] L'édition de *manga* en France n'apparaît pas subitement durant les années 1990. A la suite des premières parutions issues de la fin des années 1960 et de la décennie 1970, plusieurs titres japonais sont traduits et édités durant les années 1980. Ainsi, nous pouvons citer en 1982, le *manga* original de *Candy* (de Yumiko Igarashi et Kyoko Mizuki) sorti aux éditions Télé-Guide, *Gen d'Hiroshima* de Keiji Nakazawa en 1983 chez les Humanoides Associés, *Hiroshima* de Yoshihiro Tatsumi chez Artefact, ou bien encore le premier volume des *Secrets de l'économie japonaise en bandes dessinées* de Shōtarō Ishinomori édité en 1989 par Album Michel. Néanmoins, ces expériences sont des échecs, car elles ne connaissent aucun succès, et elles ne parviennent pas à attirer le public. De même, elles sont plutôt sporadiques et isolées, et ainsi, elles ne sont pas intégrées à des politiques commerciales et éditoriales, qui visent à publier et à faire découvrir la bande dessinée japonaise. Il en résulte un désintérêt des éditeurs français pour ce type de bandes dessinées, et de ce fait il n'y a pas de publication de *manga* en France durant cette période, alors même que le Japon est l'un des premiers marchés et l'un des premiers producteurs au monde de bandes dessinées. Le retour de l'édition de *manga* en France est sonné par les éditions Glenat, qui se lancent dans ce segment en éditant *Akira* en 1990. Cependant, le marché du *manga* dans l'hexagone ne décolle réellement qu'avec la publication de *Dragon Ball* (d'abord en kiosque, puis en librairie), à partir de 1993. Divers éditeurs vont alors se glisser dans le créneau comme Dargaud, J'ai Lu, ou bien encore Tonkam. Le succès ne cesse d'être important, et le marché de la bande dessinée en France (toute origine confondue) est de plus en plus occupé par les *manga*. De nombreuses séries sont traduites en français, avec comme particularité d'être éditées dans des versions au plus proche des versions japonaises. Ainsi, toutes les bandes dessinées sont en noir et blanc, sont proposées dans les formats japonais avec couverture amovible, mais aussi dans le sens de lecture nippone (de droite à gauche).

[134] A partir de 1994, les premières cassettes vidéo de dessins animés japonais inédits sont vendues officiellement en France, avec notamment *La légende de Leamner*, lancé par Anime Virtual. Rebaptisé en Kaze Animation, l'entreprise se fait connaître par l'édition des *Chroniques de la guerre de Lodoss*. Les premiers éditeurs spécialisés émergent ainsi comme Kaze Animation que nous venons de citer, mais aussi, AK Video, Manga Video, ou bien encore Dynamic Vision. C'est un secteur en pleine expansion à la fin des années 1990, en raison du bannissement des dessins animés japonais des ondes hertziennes. Les passionnés n'ont alors plus que le marché de la vidéo pour s'approvisionner et pour découvrir de nouvelles séries comme *Evangelion* ou *Cowboy Bebop*. Il agit ainsi en quelque sorte comme un palliatif à la diffusion télévisée, et il soutient avec le marché du *manga*, l'intérêt et la consommation des passionnés. Comme pour les bandes dessinées, l'authenticité est souvent recherchée. Une grande majorité des titres, sauf quelques classiques, est éditée en version japonaise sous-titrée français (ceci aussi pour une raison de coûts), mais certaines séries sont doublées pour une diffusion à la télévision.

[135] En ce qui concerne le cinéma, si quelques films sont montrés dans divers festivals, c'est encore une fois Akira en 1991 qui marque les esprits et le véritable départ de l'exploitation des films d'animation japonaise au cinéma. C'est principalement à partir de 1995, consécutivement au phénomène *Dragon Ball*, que se succèdent les longs métrages d'animation comme l'un des nombreux films de *Dragon Ball Z*, ou celui de *Sailor Moon*, mais aussi et surtout *Porco Rosso* d'Hayao Miyazaki. Ce dernier, avec le studio Ghibli, devient une référence du cinéma d'animation asiatique sur grand écran. En 1996, sort un autre film du studio, *Le tombeau des lucioles* d'Isao Takahata. Suite à un accord de distribution internationale, entre Ghibli et Disney, les films du japonais sont

différents segments connaissent leur apogée au début des années 2000, à la fois en terme de succès populaire, que d'un point de vue commercial[136].

Apparition d'une culture de l'animation japonaise et du manga

En plus de ces éléments aux orientations plutôt commerciales, l'engouement pour les productions japonaises donne naissance à une culture spécifique et à un milieu de passionnés. Ces derniers disposent des mêmes références culturelles, fréquentent les mêmes lieux[137], les mêmes festivals[138], parlent le même langage[139], et ils possèdent globalement un peu tous un intérêt pour le Japon (pays, société, traditions, histoire). En outre, à la manière des joueurs de jeux vidéo, un terme spécifique apparaît (dans la seconde partie des années 1990) pour les caractériser. Il s'agit du mot japonais *otaku*, dont le sens est différent en France, par rapport à son emploi au Japon[140].

Oppositions et reproches

Cette croissance du Japon et de sa culture dans la société française ne se fait pas sans oppositions. Nous pouvons remarquer qu'elles s'élèvent en même temps que le début des polémiques sur les jeux vidéo, et qu'elles sont plus ou moins similaires. En raison de cette correspondance, nous développerons le sujet

---

systématiquement distribués sur notre territoire. Ainsi, les Français ont le droit aux nouveaux films du studio comme *Princesse Mononoke*, *Mes voisins les Yamada*, *Le voyage de Chihiro* ou bien encore *Le royaume des chats*, mais aussi à des productions antérieures comme *Le château dans le ciel*.

[136] Par exemple à la fin de la période que nous étudions (année 2003), les *manga* représentent environ 30% du marché français de la bande dessiné selon le bilan réalisé par l'ACBD (association des critiques et journalistes de bande dessiné). Les ventes se montent à 5 499 563 exemplaires, selon l'institut de sondages Ipsos. Voir : Ratier (Gilles), « Bilan 2003 » dans *ACBD.fr*, http://www.acbd.fr/bilan/bilan-2003.html; Kahn (Alain), Richard (Olivier), *Les Chroniques de Player One : 20 ans de jeu vidéo et de manga*, Boulogne-Billancourt, Pika Edition, 2010, 299 p. ; p. 299.

[137] Ces lieux sont essentiellement des librairies spécialisées comme *Tonkam* ou *Junku*.

[138] Plusieurs événements liés à cette culture du *manga* et des dessins animés sont organisés. Certains intègrent des conventions centrées sur la bande dessinée comme *BD Expo*, tandis que d'autres sont uniquement voués à ces univers comme l'*Epitamine*, le *Cartoonist* ou bien encore *Japan Expo*.

[139] Globalement, la langue japonaise devient peu à peu familière à cette communauté, et certains mots de cette dernière sont couramment utilisés. Nous pouvons aussi noter, pour distinguer leur passion pour l'animation japonaise des autres types d'animation, mais aussi en réaction contre certaines critiques, l'emploi du néologisme « japanimation ». De même, les passionnés parlent plus volontiers « d'animé » que de dessins animés.

[140] En France, il est progressivement utilisé pour désigner les passionnés d'animation japonaise et de *manga*. Au japon, son sens est plus compliqué et il revêt une connotation péjorative, car il désigne une personne très passionnée, qui a tendance à s'enfermer dans cette dernière, voire à ne plus vivre que pour elle. En outre, il s'applique à tous les domaines et pas simplement à la bande dessinée et à l'animation.

davantage dans le paragraphe dédié aux oppositions aux jeux vidéo[141]. Néanmoins, nous pouvons déjà indiquer que les reproches sont d'ordre technique (mauvaise qualité de l'animation, les personnages aux grands yeux, le style des *manga*). Pour leur part, les oppositions se cristallisent autour d'incompréhensions, de préjugés sur le Japon et de l'origine japonaise des productions, de la violence et de l'hégémonie du *Club Dorothée* dans le paysage audiovisuel français.

Les polémiques, couplés à l'arrêt du *Club Dorothée* en août 1997, mettent fin à la diffusion importante de dessins animés japonais sur les chaînes de télévision nationales et hertziennes[142]. C'est une parenthèse de vingt ans qui se referme dans l'histoire de la télévision française et des programmes de jeunesse. La télévision qui déclenche et porte ces phénomènes japonais, cesse de jouer un rôle à la fin de la décennie 1990. Elle s'efface complètement de ce secteur, qui est alors principalement soutenu par le marché du *manga* et celui de l'édition vidéo. Sans compter, le rôle de plus en plus fort d'Internet, notamment en ce qui concerne le rapprochement des passionnés (forum, sites), l'accessibilité aux actualités, et surtout aux matières premières[143] (séries animées, *manga* et autres produits dérivés).

Les raisons du succès

Le succès des productions nippones peut s'expliquer par la nouveauté qu'elles constituent et par les qualités qui leurs sont propres. Ainsi, les dessins animés ou les *manga* ne ressemblent à aucune autre série animée ou bande dessinée. Les histoires s'étalent sur plusieurs volumes ou épisodes, sans compter pour les *manga* le côté « noir et blanc » qui tranche avec la couleur des bandes dessinées européennes et américaines. Surtout, la production nippone et ses auteurs abordent

[141] Voir p. 644.
[142] Toutefois, quelques dessins animés japonais sont rediffusés sur des chaînes du câble et du satellite (comme TMC), et des nouveautés, préalablement commercialisées en cassette vidéo par des éditeurs spécialisés, sont même programmées sur Canal Plus. En outre, TF1 consent à diffuser un nouveau dessin animé japonais en 2000, avec *Pokemon*, une adaptation de la série de jeux vidéo. Ce revirement de la chaîne n'est sûrement pas étranger aux intérêts financiers en jeu, étant donné la puissance de la marque et de la série *Pokemon*, ainsi que de la volonté de Nintendo de lancer la franchise sur le territoire français. De plus, si le dessin animé est japonais, TF1 ne diffuse pas la version japonaise originale, mais une version américaine. Ainsi, la série est déjà passée par le prisme de la censure américaine et son lot d'interdictions et de coupures.
[143] Au début des années 2000, avec la démocratisation d'Internet se développe un mouvement qui s'apparente au piratage. Il voit la mise en ligne de séries (animés et *manga*) et de films, non seulement gratuite, mais aussi sous-titré par les passionnés eux-mêmes. On parle alors de « *fansub* » pour « sous titré par les fans » dans le cas des dessins animés et de « *scandtad* » provenant des termes « scanner » et « traduction » pour le *manga*.

tous types de thèmes, et ils s'adressent à un public large (catégorisation importante au Japon[144]). Les réalités et les passions humaines sont traités sans consensus ni tabous, et une place importante est accordée au traitement des sentiments des personnages et de leurs motivations. Certaines valeurs sont également exaltées comme l'amitié, l'entraide ou bien encore le dépassement de soi.

Il est aussi particulièrement intéressant de souligner que cette culture japonaise qui nous parvient est une culture d'après-guerre, née de la défaite nippone durant la Seconde Guerre mondiale. De cette manière, elle est largement influencée par l'Amérique, et plus généralement par l'Occident. Elle séduit le public français parce qu'elle contient, en substance, des morceaux de la culture occidentale digérés par les Japonais, qui nous les présentent sous des formes différentes et nouvelles.

Une autre raison est aussi susceptible d'expliquer ce fort développement. Le Japon est un grand producteur de dessin animé et de bande dessinée. Or, sa production est totalement ignorée en France (et plus généralement en Occident) jusqu'aux années 1980 pour les dessins animés et aux années 1990 pour le *manga*. Nous pouvons donc penser que c'est au bénéfice d'une sorte de rattrapage que la vague japonaise parvient en France.

Enfin, nous ne devons pas omettre le fait que cette adhésion au Japon est un moyen de protestation pour une partie des générations nées durant les années 1970 et 1980. C'est une manière de se différencier des parents dont la culture est ouvertement basée sur la culture américaine. Enfants du petit écran, ces jeunes puisent dans ce que leur offre la télévision pour forger leur identité et pour construire leur propre univers dont ils sont les seuls à comprendre et à contrôler.

[144] Le *manga* est ainsi divisé en plusieurs catégories, allant des enfants aux adultes, comme par exemple le *shōnen* (adolescent, garçon), le *shojō* (fille), le *seinen* (jeune adulte), qui comprennent aussi de nombreuses sous-catégories. Il en est de même pour l'animation où certaines séries sont faites pour les adolescents, pour les adolescentes, mais aussi pour le très grand public (ce type de dessins animés grand public raconte généralement la vie de familles japonaise comme par exemple *Sazae San*).

Un plébiscite public qui n'est pas inédit

Le goût de la jeunesse pour la culture japonaise apparaît de prime abord comme un fait nouveau de nos sociétés, notamment en raison de son développement récent, mais aussi du caractère atypique et original des produits culturels concernés. Nous nous sommes posé la question de savoir si cela était le cas, ou s'il était possible d'inscrire cette tendance dans une dynamique plus ancienne. Ainsi, nous pensons qu'il est possible de rattacher le succès des *manga*, des dessins animés et des jeux vidéo japonais au japonisme. Il s'agit d'un mouvement d'influence des arts japonais, ainsi qu'une mode pour tout ce qui vient du japon, en imite le style ou la manière, qui touche l'Occident, et particulièrement la France, dans la seconde moitié du 19e siècle[145]. Il est initié en 1853 suite à l'intrusion d'une flotte américaine dans la baie de Tokyo, alors interdite aux étrangers, et à la signature d'un accord commercial entre le Japon et les Etats-Unis. En 1858, la France conclut un accord similaire avec les japonais qui ouvre la voie à une coopération économique et même militaire.

Le japonisme se manifeste par un intérêt des artistes, des collectionneurs, des critiques et du public pour le Japon, ses productions artistiques (par exemple les estampes) et les objets « japonisants ». C'est un mouvement qui inspire la musique, la littérature, et les arts visuels : peinture, céramique, gravure, architecture, et des courants comme l'impressionnisme, le cubisme, l'art nouveau, et même l'art déco. Soulignons que parmi les artistes japonais les plus en vues lors de l'émergence du japonisme, se trouvent des représentants de l'*Ukiyo-e*, tels Hokusai ou Hiroshige. C'est un courant artistique populaire, original, profane et plutôt moderne, qui est considéré au Japon comme vulgaire, notamment parce qu'il aborde des thèmes de la vie quotidienne[146]. De plus, il possède une certaine influence occidentale.

Nous émettons donc l'hypothèse que les passions pour la culture japonaise et ses loisirs qui touchent nos sociétés contemporaines, sont une nouvelle forme et une nouvelle incarnation du japonisme. Des similitudes existent entre ces deux mouvements de progression des cultures japonaises qui peuvent venir justifier une

[145] « Le japonisme en France : de l'Impressionnisme à l'Art déco, bibliographie sélective », Bibliothèque nationale de France, janvier 2009, 26 p. ; p. 1. www.bnf.fr/documents/biblio_japonisme.pdf

[146] Par exemple, il représente des lieux, des paysages, la nature, mais aussi des scènes érotiques, et il montre des femmes (dont des courtisanes), des acteurs de théâtre (kabuki) ou des lutteurs de sumo.

telle filiation. Tout d'abord, ils concernent principalement des arts visuels et graphiques. En outre, ils s'expriment à un moment analogue puisque leur émergence se situe à cheval entre deux siècles (19e et 20e pour le Japonisme, 20e et 21e pour l'enthousiasme envers l'animation japonaise et le *manga*). Ensuite, ils sont rendus possibles par l'établissement d'échanges entre les deux nations, qui deviennent constants. Notre société de l'information se distingue par la quantité et la rapidité des informations et des sources culturelles qui parviennent au public, particulièrement via le media audiovisuel puis par Internet. Il faut souligner qu'aussi bien le japonisme que la « nipponisation » de la culture française qui caractérise la fin du 20e siècle sont portés avant tout par les occidentaux. Il n'y a pas de réelle volonté japonaise de répandre leur culture et de conquérir de nouveaux marchés économiques.

Enfin, les productions japonaises sont alors quasi inconnues des pays importateurs, apparaissent comme différentes, voire exotiques, mais elles possèdent des influences occidentales. L'enthousiasme du public fait naître un secteur économique et culturel (collectionneur, boutiques, expositions). De plus, comme à l'époque du japonisme, les créateurs occidentaux sont influencés par les japonais. Ils reprennent à leur compte certaines idées (mécaniques de jeu pour les jeux vidéo par exemple) mais aussi l'esthétique nippone (style de dessins, mise en scène, apparition de « *manga* français »).

Conclusion : un développement irrésistible du Japon dans la société française

Avec le développement de l'animation japonaise et du *manga* en France, nous pouvons voir une montée en force des cultures asiatiques dans la société française, et plus particulièrement dans la culture des jeunes. Jusqu'à cette progression, les divertissements sont surtout tournés vers l'Occident et les Etats-Unis. Ces deux univers viennent soutenir les précurseurs que sont le cinéma et les arts martiaux, et ils ancrent durablement la culture populaire japonaise dans la société française. Lors de leur retour à la fin des années 1980, les jeux vidéo sur console sont un élément supplémentaire de ce mouvement qui se propage grâce à la télévision. En effet, c'est par le media audiovisuel qu'il se révèle à la société (phénomène *Goldorak*), qu'il accroche les jeunes et qu'il est entretenu via les diffusions de dessins animés.

Cette culture japonaise est à la base d'un nouveau secteur culturel et économique, étiqueté Japon, qui vient s'insérer principalement dans les segments de la bande dessinée et de l'édition vidéo. Elle fait naître une communauté solide de passionnés[147], qui possèdent ses rites, son langage, ses boutiques, et ses événements. Malgré les critiques, qui finalement n'ont que peu d'impact, les *manga*, l'animation et les jeux vidéo enracinent la culture japonaise dans la société. Ils ouvrent une fenêtre sur le Japon, sa société et son fonctionnement (traditions, fêtes, système scolaire).

Le succès des divertissements japonais en France peut s'expliquer par la nouveauté qu'ils constituent, leurs coûts plutôt bon marché pour les diffuseurs, mais aussi par un effet de rattrapage. Lorsqu'ils se développent, ils sont largement méconnus, alors que le pays du soleil levant est un producteur important de bandes dessinées et de séries animées. En outre, pour les jeunes, ils constituent un moyen de se différencier de leurs aînés, de s'approprier des secteurs que leurs parents ne connaissent pas et ne maîtrisent pas. Sur un plan plus large, nous avons vu que cet engouement n'est pas inédit dans la mesure où nous pouvons le lier au japonisme, ce qui nous montre que la société française s'est déjà passionnée pour la culture japonaise. Il faut aussi constater que les productions japonaises sont influencées par la culture occidentale et que cet élément n'est pas à négliger pour expliquer l'attrait du public français.

La première décennie du nouveau 21^{e} siècle s'ouvre vers toujours plus de culture japonaise, avec en ligne de mire la découverte d'activités culturelles comme le jeu de *go*, l'*origami*, mais aussi la gastronomie, les séries télévisés non animées, et la musique. En outre, il faut aussi noter, dans la seconde moitié des années 2000, le développement d'un intérêt (surtout féminin) pour les divertissements venus de Corée du sud (musique et séries télévisées principalement)[148]. Notre période d'étude

[147] Notons que la diffusion à la télévision de dessins animés japonais touche toute une génération de personnes, au-delà du cercle des passionnés. Ainsi, certains titres peuvent être perçus par des individus, qui ne sont pas spécialement passionné par ces mondes et ses loisirs, comme une partie de leur jeunesse (enfance, adolescence).
[148] Comme le Japon, la Corée du sud est présent en France avec le cinéma et les arts martiaux (taekwondo) avant qu'une catégorie de passionnés ne se revendique exclusivement leurs préférences pour la culture de ce pays. En outre, dans ce cas aussi, les productions possèdent une certaine influence occidentale (mais aussi japonaise). Toutefois, la principale différence provient du fait que le gouvernement coréen participe à la diffusion des séries et de la musique coréenne, notamment en en faisant un élément de sa politique culturelle pour la diffusion de la culture coréenne.

marque une nouvelle étape de « japonisation » de la culture française, et en regardant au-delà de celle-ci, nous pouvons nous demander si ce phénomène n'est pas une première phase vers un mouvement d'expansion des cultures asiatiques.

D'autre part, le côté occidental de ces divertissements et leur enracinement dans nos sociétés est peut-être aussi une manifestation d'une certaine mondialisation culturelle, dans laquelle le rôle d'Internet est important. Ce nouveau media prend le relais de la télévision dans la fonction de diffuseur de masse de ces loisirs. Notamment, il donne au public un accès simple et encore plus direct aux productions asiatiques, et à l'information sur leurs univers et sur les pays dont elles sont issues.

b) Méthodes de travail

Travailler sur le thème des jeux vidéo revêt donc pour l'historien un caractère quelque peu pionnier, qui peut supposer l'adoption de méthodes de travail particulières, adaptées à ce sujet. Néanmoins, durant l'élaboration de cette thèse, nous avons appliqué les méthodes de travail « classiques » de la discipline historique. Parmi les sources à notre disposition, nous en avons employé essentiellement quatre catégories. Deux d'entre elles, les ouvrages et la presse, peuvent être vues comme des instruments « traditionnels », tandis que les deux autres, les jeux vidéo et les systèmes ludiques et Internet, sont pour la première spécifique à notre sujet d'étude, et pour la seconde nouvelle (voire avant-gardiste).

Les sources « traditionnelles »

Les ouvrages

En ce qui concerne le premier type de source, à savoir les livres, il en existe un certain nombre qui traitent des jeux vidéo. Ils apparaissent en France dès la fin des années 1970. Ces premiers livres ne proposent pas d'analyses sur le sujet, et ils sont davantage des recueils pratiques, d'astuces, et des catalogues de programmes. Ainsi, selon les thèmes abordés, ils expliquent comment créer son jeu « *Pong* » à la maison[149], donnent des listes de programmes ludiques (en langage de programmation) pour ordinateurs ou même pour calculatrices programmables[150]. Par la suite, des livres sont édités sur ce modèle et ils regroupent des astuces pour les jeux vidéo.

Les premiers ouvrages de présentation de l'univers des jeux vidéo sont publiés vers 1983/1984, avec pour certains d'entre eux, un début de réflexion sur ce loisir. Nous pensons par exemple au *Guide Marabout des jeux électroniques*[151]. En plus de

[149] Ce type de livre est assez technique et il est plus tourné vers l'électronique (et le « bricolage ») que vers le jeu vidéo.
[150] Les utilisateurs doivent les recopier sur leur machine pour pouvoir jouer.
[151] Chazoule (Olivier), *Le guide Marabout des jeux électroniques*, 1983, Marabout, 188 p.

ceux-ci, il existe aussi des catalogues qui recensent et classent les jeux vidéo (par genre) et les machines ludiques (principalement les ordinateurs). Ils disposent également de notices descriptives et explicatives sur les logiciels, les marques et sur les développeurs et les éditeurs de jeux vidéo[152].

Ce n'est qu'à partir des années 1990[153] que le thème des jeux vidéo se développe réellement, avec des livres axés sur l'analyse de cet univers. Ils traitent le sujet selon différents points de vue : ils abordent ce nouveau loisir sous un angle général (de présentation de cet univers)[154], ou bien sous un jour spécifique lié à une discipline précise comme la sociologie[155], la conception des jeux vidéo ou le cinéma. Soulignons que nous classons dans cette catégorie de sources quelques études sur le marché et l'industrie française du jeu vidéo mais aussi des guides sur le secteur[156]. D'autre part, nous avons consulté aussi bien des livres français que des ouvrages étrangers et notamment anglo-saxons. Toutefois, ces derniers ne sont réellement intéressants que pour les informations générales qu'ils donnent sur le jeu vidéo et sur la vision qu'ils portent sur le secteur.

A propos des livres d'histoire, nous pensons qu'il n'y en a pas réellement de consacrés aux jeux vidéo. Bien entendu, l'histoire de ces nouveaux jeux est un sujet traité et il fait l'objet de quelques publications[157], mais ces dernières sont rédigées

[152] C'est le cas par exemple des *Guide des logiciels* et *Guide d'achat de la micro-informatique*. « *Tilt journal* : lire » dans *Tilt*, n° 7, septembre/octobre 1983, p. 12.
[153] Soulignons qu'entre le milieu des années 1980 et le début des années 1990, les ouvrages sur les jeux vidéo sont peu nombreux en France. Selon nous, la principale raison pour expliquer ce manque d'intérêt réside dans le peu d'enthousiasme pour ce secteur de loisir, vue comme un domaine sans avenir, notamment en raison d'une crise ayant touché durement le marché américain la fin d'année 1983.
[154] Ces livres généraux sur l'univers des jeux vidéo sont destinés avant tout à vulgariser ces nouveaux mondes ludiques. Ils ne concernent pas spécifiquement la France et ils traitent davantage le sujet dans sa globalité. Ainsi, ils abordent l'industrie des jeux vidéo sous l'angle économique, présentent ses acteurs (du matériel et du logiciel), et analysent la population des joueurs. Mis à part quelques données et quelques exceptions qui sont portées vers l'histoire du secteur, ils proposent tous à peu près le même contenu, le même type d'informations, et bien souvent la même analyse très générale. A notre sens, ils sont bien plus descriptifs qu'explicatifs dans leurs propos. De plus, nous pouvons remarquer qu'ils mettent en avant l'ordinateur *PC* et ses jeux, plutôt que les consoles. Les auteurs ont également la volonté de classer les logiciels ludiques et de présenter ceux qu'ils jugent comme bons et intéressants. Dans ce cas aussi, ce type d'ouvrage propose et met en exergue les mêmes jeux et les mêmes genres de jeux (jeux de réflexion, de gestion, jeux de stratégies en temps réel).
[155] Les livres de sociologie abordant les jeux vidéo sont les plus répandus en France. La sociologie s'est donc rapidement intéressée à ce sujet. De plus, il nous semble qu'au début des années 2000, les jeux vidéo sont pour les esprits un objet d'abord sociologique, et pas forcement historique.
[156] Ces guides sont à prendre comme des introductions aux jeux vidéo et, de ce fait, leur point de vue est général.
[157] A partir des années 2010, nous constatons un intérêt particulier des journalistes spécialisés dans les jeux vidéo pour l'histoire de ce loisir et de son industrie (machine de jeux, logiciels ludiques, entreprises, histoire générale). De cette manière, plusieurs livres ou magazines sont publiés. Cependant, ils analysent les jeux vidéo pour eux-

par des sociologues, des journalistes spécialisés, des acteurs de l'industrie ou des spécialistes des nouvelles technologies. C'est principalement dans les ouvrages généraux, présentant l'univers des jeux vidéo, qu'une partie est consacrée à leur histoire. N'étant pas un aspect principal du livre, l'histoire est analysée rapidement, voire superficiellement, et elle est, dans la plupart des cas, événementielle. Les auteurs donnent les dates clefs, mentionnent les entreprises, les crises, les jeux les plus populaires ou marquant, ainsi que les machines de jeu. Les analyses et les réflexions d'un point de vue historique, sur la relation entre le jeu vidéo et la société, les joueurs, leurs goûts, les différents types de jeux sont, pour leur part, peu développées.

L'utilisation de ces ouvrages permet d'entrevoir les différentes facettes du jeu vidéo, d'obtenir des informations sur les marchés, notamment des chiffres et des statistiques (sur les différentes périodes des jeux vidéo), sur leur conception, ainsi que des témoignages (acteurs de l'industrie, de joueurs). Ils nous offrent également des analyses (notamment à travers les ouvrages sociologiques) sur le jeu vidéo et la société, les joueurs et l'influence que peut avoir cette nouvelle forme de loisir. Nous avons donc pu avoir une photographie du jeu vidéo et de son industrie dans son ensemble et de certaines tendances se dégageant à certains moments de son existence (goût des joueurs, état économique, succès commerciaux).

A travers ces ouvrages offrant un choix d'études et de questions que le secteur soulève, nous avons pu avoir, non seulement des pistes d'études, mais aussi une aide à notre recherche de documents. En effet, ils donnent de précieuses références bibliographiques et d'articles de presse. De plus, la consultation des livres les plus anciens peut avoir un intérêt historique pour étudier la perception, à une époque donnée, des jeux vidéo, des joueurs et des pratiques en vigueur.

Outre, ce type de livres spécialisés dans le jeu vidéo, nous avons consulté, d'autre part, des ouvrages liés à l'informatique (histoire de l'informatique notamment) étant donnée la proximité du sujet avec notre objet d'étude. Ceci nous a apporté

---

mêmes, sans établir de lien avec la société, et surtout ils ne sont pas centrés sur la France (leur étude prend en compte la globalité du secteur des jeux vidéo avec souvent des précisions sur les jeux vidéo aux Etats-Unis ou au Japon). Nous abordons cette question du traitement de l'histoire des jeux vidéo dans le paragraphe consacré à la culture des jeux vidéo. Voir p. 611.

quelques informations sur les innovations et l'évolution matérielle dans ce secteur, ainsi que des précisions sur les logiciels (système d'exploitation par exemple) ou sur certaines compagnies. Enfin, dans l'optique de replacer notre sujet de recherche dans le cadre général, nous avons consulté des livres sur la France et notamment ceux ayant pour thème la culture de masse, les pratiques culturelles, les médias ou les jeux.

La presse

Le second outil privilégié est la presse, à la fois celle qui est spécialisée dans le jeu vidéo, et celle qui n'est pas spécialisée. Nous avons particulièrement utilisé cette source, et plus spécifiquement la presse spécialisée, parce qu'elle reflète l'actualité du secteur sur une vingtaine d'années d'existence en France. Elle est, en effet, le principal support d'information mais aussi de publicité du jeu vidéo[158]. C'est le seul media qui suit sans discontinuité cette industrie, retranscrit ses évolutions et l'état des joueurs et des différents acteurs du marché, depuis le début des années 1980 jusqu'à la fin de notre période d'étude (en 2003). Soulignons que cette presse spécialisée comble le manque d'ouvrages et d'articles de la presse non spécialisée consacrés au sujet, entre le milieu des années 1980 et le début des années 1990.

En outre, elle précise les pensées des différents intervenants de l'industrie et celles des joueurs ainsi que leurs goûts, et elle montre les jeux ayant marqué, ou non, leur époque et qui sont devenus (ou non), au fil des ans, des références. La presse est ainsi une grande source de documents et d'informations. Nous avons consulté un ensemble représentatif des publications françaises dédiées à ce loisir, parmi celles qui sont les plus populaires, les plus importantes ou qui marquent l'histoire de cette presse spécialisée. Ainsi, le dépouillement a porté sur des magazines aussi bien généralistes, prenant en compte l'ensemble des jeux vidéo, que sur des revues centrées sur le jeu sur ordinateur ou sur console.

Quant à la presse non spécialisée, son intérêt réside dans le traitement qu'elle fait de l'information du secteur, dans ses points de vue et ses réflexions qui sont

[158] Le Diberder (Alain et Frédéric), *L'univers des jeux vidéo*, Paris, La découverte, 1998, 274 p. ; p. 151.

extérieures à la sphère du jeu vidéo et qui peuvent être différents de ceux de la presse spécialisée. Etant donné le caractère aléatoire des parutions d'articles sur les jeux vidéo et la variété de publications susceptibles de s'intéresser au sujet, nous avons eu recours à trois solutions pour les découvrir. D'une part, grâce aux références présentes dans divers ouvrages (sur le jeu vidéo) ou dans certains articles de la presse spécialisée qui peuvent évoquer les articles de leurs confrères. D'autre part, en dépouillant la presse généraliste en se référant à des dates clefs de l'industrie (sortie de jeux, de consoles, fêtes de fin d'année). Enfin, nous avons utilisé les moteurs de recherche disponibles sur les sites Internet des bibliothèques.

Les « nouvelles » sources

Des documents spécifiques : les logiciels et les machines ludiques

Nous considérons comme source les jeux et les appareils permettant de les faire fonctionner car ils sont à l'origine de l'industrie et de son économie mais aussi de la presse qui les teste, les analyses et fait état des moindres évolutions du secteur. Il est donc pour nous légitime de les estimer comme une sorte de document de base, une matière première de notre sujet d'étude.

Ces sources sont à utiliser sur des plans différents. En ce qui concerne les jeux, deux angles d'analyse sont à prendre en compte. Le jeu en lui-même prenant vie sur l'écran de télévision ou le moniteur de l'ordinateur, et réagissant aux actions/décisions du joueur qui en a le contrôle par l'intermédiaire d'une manette de jeu. C'est sur ce plan que peuvent être étudiés les graphismes, la bande sonore (musique et bruitages), les mécaniques du jeu[159] ou les erreurs de programmation, quand il y en a. Puis le côté concret du jeu, matérialisé par son support de stockage, essentiellement la cartouche ou le disque optique (CD/DVD), sa boîte et sa notice. Analyser les jeux permet de vérifier et de critiquer les informations contenues dans les différentes études ou dans les tests de la presse spécialisée. Nous pouvons ainsi confronter les jugements, voir et comprendre l'avis des auteurs et les influences

[159] Voir lexique p. 8.

subies, l'évolution des techniques utilisées dans les jeux et donc leurs transformations tout au long de la période étudiée.

Pour ce qui est des machines de jeux, nous les avons appréhendées selon leur forme, leurs caractéristiques techniques mais aussi leur boîte d'emballage et leur notice de fonctionnement. Ces angles d'étude nous donnent la possibilité d'avoir un regard sur l'évolution des machines de jeu (consoles, micro et arcade), et d'entrevoir les politiques des constructeurs. Les observations autorisent, non seulement des comparaisons entre les machines, mais aussi par rapport aux autres médias (télévision, DVD de film, matériel informatique). Nous pouvons en tirer ainsi des points de convergences ou de divergences.

Les choix de matériels et des jeux ne se sont pas faits au hasard. Ils ont été dictés par un souci d'éclectisme, afin d'avoir une vision d'ensemble, représentative des jeux vidéo. De ce fait, les analyses se sont portées aussi bien sur les consoles (de salon et portable), que sur les jeux électroniques et les ordinateurs. La sélection des logiciels ludiques comporte des titres de différents genres de jeux, des jeux marquants, des grandes franchises reconnues dans le milieu, mais aussi des programmes jugés mauvais et n'ayant pas rencontré de succès commercial. Soulignons que certains titres ont pu être testés dans leur contexte historique, c'est à dire au moment de leur commercialisation. Ainsi, la sensation de jeu, le plaisir qu'il procure, ses graphismes et sa bande sonore, les innovations qu'il apporte, ont pu être expérimentés dans un cadre d'époque, vierge de toutes critiques fondées sur une comparaison avec des jeux et des techniques issus des générations suivantes de jeux vidéo. Cette expérience nous sert à étudier une époque donnée (vision du jeu, éléments importants pour bâtir un bon ou un mauvais jeu, goûts des joueurs) et à dégager certaines tendances.

Pour se procurer ces sources, nous avons eu recours à la Bibliothèque Nationale de France qui dispose d'un fonds de conservation des jeux et des machines ludiques, à l'émulation[160], à Internet, ainsi qu'à notre collection personnelle. Toutefois, il faut souligner qu'au final, en comparaison avec les autres types de

[160] Voir : lexique p. 7 ; paragraphe sur le rétroludique p. 437.

sources, nous les avons peu utilisé. Contrairement à ce que nous pensions lorsque nous avons débuté l'étude de notre sujet, ce type de source n'a pas eu de rôle central dans notre recherche et nos analyses. Il s'est avéré un complément plutôt mineur aux autres catégories de documents.

Internet

Internet constitue notre dernier outil et c'est avec la presse, celui que nous avons le plus utilisé. L'usage d'Internet par l'historien (et sa discipline) est un phénomène relativement récent. Il date du début des années 1990, mais il s'est amplifié en même temps que le développement de ce réseau. C'est ainsi qu'un certain nombre de problèmes se sont alors posés à l'historien et à ses méthodes de travail. Comme toute nouveauté, Internet divise les personnes et des historiens réfractaires à son utilisation s'opposent aux historiens enthousiastes[161]. Aujourd'hui, Internet ne peut pas se substituer aux outils classiques et aux conditions de travail habituelles de la recherche historique. Il s'agit pour l'instant d'une aide[162] aux outils traditionnels de recherche, et qui possède encore de nombreux défauts.

Le recours à ce nouvel outil est par ailleurs encore restreint en raison de la place marginale que possèdent les références de sites Internet dans les ouvrages, hormis les études concernant les nouveaux médias[163]. Ainsi, la place que nous accordons aux références issues du réseau Internet est importante puisque, non seulement notre sujet est surabondant sur la toile mondiale, mais de plus certains thèmes d'études ne sont traités que sur Internet (au moment où nous rédigeons). Nous l'avons utilisé également pour recueillir des documents iconographiques (publicités, boîtes de jeux, manuels de jeux). Son emploi n'est donc pas aisé mais avec méthode et vigilance, il se révèle un outil indispensable permettant d'accéder à des documents, des articles, ou des réflexions consultables nulle part ailleurs.

[161] Minuti (Rolando), *Internet et le métier d'historien : réflexions sur les incertitudes d'une mutation*, trad. de l'italien par Nadia Mansouri, PUF, Paris, 2002, 146 p. ; p. 15.
[162] *Ibid.* p. 85.
[163] *Ibid.*

Le problème le plus important lorsqu'on utilise Internet, c'est celui de la gestion de l'information en ligne[164]. En effet, l'utilisateur accède à un très grand nombre d'informations et c'est à lui que revient la démarche de reconnaître et de sélectionner la qualité des ressources consultées[165]. Le scepticisme peut être de mise vis-à-vis de celui qui donne l'information, des compétences des personnes qui s'occupent d'un site, de la rédaction des articles, et des sources employées. Par conséquent, le but est de réunir une bibliothèque de sites de qualité, afin de faire d'Internet un outil performant (voire fiable), délivrant une information riche et détaillée.

Pour ce faire, nous avons eu recours à divers instruments qu'offre le réseau et nous avons consulté plusieurs sortes de sites, aussi bien généralistes que dédiés aux jeux vidéo. Si certains d'entre eux nous étaient familiers, d'autres ont été découverts grâce à deux méthodes. La première est l'utilisation des moteurs de recherche. Comme il n'existe pas de moteurs performants spécialisés dans le jeu vidéo, nous avons employé le premier moteur du réseau, à savoir *Google* de la société éponyme. La difficulté avec cette méthode provient du fait que les résultats de la recherche donne plusieurs adresses de sites qu'il faut visiter, sans la garantie de trouver l'information souhaitée, mais aussi parce que, passé un certain nombre de liens, les résultats n'ont plus rien de commun avec le sujet désiré, exceptée la présence du nom ou du mot de la recherche[166]. La seconde méthode réside dans l'utilisation des liens donnés comme référence dans des articles ou glaner par l'intermédiaire d'une rubrique « liens » des sites. Il est possible, grâce à ceux-ci, de se constituer un répertoire conséquent de sites traitant exclusivement du sujet d'étude ou d'un thème associé. Un site consacré à l'histoire du jeu vidéo possédera un certain nombre de liens vers des sites évoquant également l'histoire du jeu vidéo et il en est de même pour des sites ayant pour sujet un jeu précis ou un genre de jeu. Notons que la consultation des forums de discussion[167], (généralement complémentaires à un site), permet également de trouver des liens vers des sites ou des d'articles. Toutefois, ce moyen ne garantit en rien l'obtention d'un lien vers un

[164] *Ibid.* p. 27.
[165] *Ibid.* p. 22.
[166] Notons aussi qu'au fur et à mesure du développement d'Internet et de la croissance du commerce en ligne, en raison des méthodes de référencement des entreprises dans les moteurs de recherche, les résultats affichés comptent parfois un grand nombre de liens pour des magasins virtuels. Nous pouvons même parler de véritable pollution quand, suivant les recherches, les premières pages ne comportent que des sites marchands ou de comparatifs de prix en ligne.
[167] Ces forums nous ont aussi permis d'étudier les opinions, les goûts et les préférences des joueurs.

site et la recherche reste tributaire des individus qui postent un message. Il s'avère utile, mais il ne peut être qu'un supplément aux autres méthodes de recherche.

Les jeux vidéo sont un thème très présent sur Internet où il existe différents sites de nature et de genre distincts, abordant divers sujets liés à notre objet d'étude. Avant d'énoncer les types de sites spécialisés utilisés, il nous faut souligner en particulier l'exploitation de certains sites généralistes. Ainsi, nous avons eu recours aux sites Internet de la presse non spécialisée comme ceux des quotidiens *Le Monde*, *Libération* ou bien encore *Le Figaro*, mais aussi au portail en ligne de l'INSEE. Ce dernier nous a été utile pour l'obtention de données se rapportant à la France et au cadre général de notre sujet. A ceux-ci, ajoutons deux autres sites qui sont devenus depuis des leaders dans leurs catégories respectives, mais aussi des incontournables du réseau. Lorsque nous avons commencé à travailler sur les jeux vidéo, ces sites n'existaient pas ou ils ne présentaient pas un grand intérêt pour notre sujet. Néanmoins, ils sont devenus utiles, au fur et à mesure de leur développement, en raison des ressources constituées sur le secteur.

Le premier est le site *Youtube* qui permet à tout un chacun de déposer des vidéos qui, en retour, sont consultables en ligne. Grâce à ce site[168], nous avons pu examiner des documents d'époque comme des publicités[169] (pour les jeux, les machines), des extraits d'émissions de télévision, mais aussi des présentations de machines ludiques[170] ainsi que des jeux[171]. Le second site est l'encyclopédie *Wikipedia*. Le jeu vidéo possède de nombreuses entrées et il est de ce fait possible de trouver un article sur divers thèmes de notre sujet. Il existe ainsi des pages sur les jeux (titres, genres), les machines, les périodes (historiques) du jeu vidéo mais aussi sur les hommes et les entreprises (développeurs, constructeurs). Le défaut le plus important du site est son système de fonctionnement puisqu'il est bâti sur la

[168] Nous citons *Youtube* car c'est le site que nous avons le plus consulté. Toutefois, nous avons utilisé aussi d'autres sites du même type comme le français *Dailymotion*.
[169] Précisons qu'il est possible d'avoir accès aux publicités de différents pays (France, Etats-Unis, Japon).
[170] Il s'agit le plus souvent de vidéo (faites par un amateur) où l'utilisateur montre à l'écran le système de jeu (avec sa boîte et quelques jeux) et le présente. Parfois, la machine est mise en marche. Il est également possible de trouver des vidéos de présentation officielle durant des salons dédiés à l'électronique grand public ou aux jeux vidéo.
[171] Dans ce cas, ce genre de site offre la possibilité de voir des phases de jeux, les introductions et même parfois les fins. Etant donné l'audience importante de *Youtube*, tous les genres de jeux sont visibles et même des titres parmi les plus anciens.

collaboration des « internautes ». Ainsi, n'importe qui peut venir modifier à tout instant les différentes fiches. De plus, ces dernières comportent parfois des erreurs ou bien alors un défaut de sources. Il faut donc employer avec une extrême vigilance les informations de ces pages (et si possible recouper celles qui paraissent le moins fiables). Cependant, *Wikipedia* offre des renseignements qui ne sont pas toujours disponibles dans la presse ou dans les livres. C'est notamment le cas, par exemple, pour les définitions de mots et de techniques employés dans les jeux vidéo ou des historiques sur les différentes sociétés du secteur. De même, chaque fiche indique les sources qui ont été utilisées au moment de leur rédaction, ce qui nous permet d'avoir des liens vers d'autres sites mais aussi parfois vers des documents spécifiques. Précisons que nous avons eu recours à la fois à la version française de l'encyclopédie et à sa version anglaise[172].

Parmi les sites dédiés aux jeux vidéo, nous avons écarté les sites officiels (jeux, constructeurs, éditeurs) car ceux-ci sont le plus souvent superficiels, à vocation commerciale et ils ne possèdent pas de caractère historique[173]. De même, nous nous sommes efforcés de ne pas recourir à des sites amateurs en raison de l'incertitude planant sur les méthodes de travail, mais aussi parce qu'une grande partie d'entre eux ne cite aucune source. Il peut aussi y avoir des problèmes de critiques et d'avis beaucoup trop subjectifs.

Cependant, il existe des exceptions et des initiatives tout à fait intéressantes. Quelques sites amateurs possèdent ainsi des articles de qualité et font preuve d'une méthode de travail plus ou moins rigoureuse. Nous pensons en particulier à un site tel *Pong-Story*[174], centré sur les débuts commerciaux des jeux vidéo et qui possède, malgré son origine américaine, des pages sur les premières consoles en Europe et en France[175]. C'est le cas aussi d'*Abandonware-magazines*[176] et de ses sites satellites. Ils se proposent, principalement via des dons et la participation des usagers, de mettre en ligne gratuitement des anciens magazines de jeux vidéo ou

[172] Suivant les versions des fiches, il peut y avoir des différences. D'autre part, globalement, nous avons trouvé les fiches anglaises meilleures que les versions françaises.
[173] Par exemple, l'histoire des sociétés sur les sites officiels de constructeurs ou d'éditeurs est le plus souvent événementielle et se contente de rapporter des dates clefs et d'évoquer les personnalités de l'entreprise.
[174] http://www.pong-story.com
[175] En plus, de proposer quelques informations sur la France, le site propose des coupures de presse d'époque.
[176] http://www.abandonware-magazines.org

d'informatique de la presse française, mais aussi des émissions de télévision sur le sujet ou des entrevues avec des acteurs de l'industrie (développeurs, journalistes).

Hormis ces types de sites Internet, nous avons privilégié les sites professionnels même si encore une fois, cela n'est pas obligatoirement un gage de qualité. Tout d'abord, nous avons visité les sites d'actualités et de tests qui sont les équivalents en ligne de la presse papier. Ils nous ont apporté, outre des avis sur les jeux, des chiffres et des statistiques sur le secteur mais aussi parfois des articles de réflexion[177]. Ensuite, des sites de syndicats ou de groupe de pression[178], qui donnent également des chiffres sur l'industrie française et réalisent des articles d'analyses sur le secteur (en France). Notons qu'ils sont principalement utiles pour la fin de notre période d'étude (entre la toute fin du 20e siècle et le début des années 2000). Enfin, nos recherches nous ont amené à consulter des sites d'associations spécialisées dans l'histoire du jeu vidéo. Se voulant des musées virtuels, ils proposent des pages (classées par machine, par années, ou par constructeurs) centrées sur les machines de jeux[179]. On y trouve des informations essentiellement primaires comme les fiches techniques ou des dates de sortie, ainsi que des photographies des machines[180]. Il faut souligner le caractère érudit de ce genre de site qui, par ailleurs, ne propose pas d'article de fond.

Pour notre étude, Internet permet donc d'analyser un certain nombre de données et d'avoir accès à des ressources offrant de nombreuses informations érudites, susceptibles d'agrémenter nos analyses. Le réseau vient également palier un certain manque d'approfondissement des ouvrages sur papier ou de la presse (spécialisée ou non). En outre, avec son développement multimédia, c'est tout un ensemble d'images, de sons et de vidéos qui sont à notre disposition. Ajoutons qu'avec des initiatives comme celle d'*Abandonware-Magazines*, nous pouvons entrevoir les bénéfices que la numérisation et la mise en ligne de documents peuvent avoir sur un

[177] Pour ce point, il faut noter que les sites anglo-saxons proposent bien plus d'articles de réflexion que les sites français. Néanmoins, encore une fois, les articles sont la plupart du temps centrés sur le media dans sa globalité ou sur le marché américain.
[178] Notamment celui de l'Agence Française pour le Jeu Vidéo. http://www.afjv.com/index.php
[179] La plupart de ces sites concernent les machines mais il existe des sites, le plus souvent amateurs, axés sur les jeux d'un système et d'une marqué donnée. Ceux-ci rassemblent une base de donnée des jeux quelquefois illustrée d'images de la boîte (du jeu) et de photographies d'écran (du jeu).
[180] La fiche d'un système ludique peut également contenir des images des accessoires et même parfois quelques publicités.

travail de recherche (simplification des consultations et de la reproduction de documents, recherche instantanée)[181]. Le problème majeur de cet instrument est la gestion de l'information. Il faut être attentif aux données récoltées, et tenter quand cela est possible, ou lorsqu'il y a un doute, de croiser les différentes sources. La tenue d'un site, sa réputation, ses mises à jour ou les personnes l'administrant peuvent être aussi des indices de leur fiabilité[182]. D'autre part, il faut aussi exposer le problème des disparitions des sites. N'étant pas protégé contre ce genre d'incident[183], nous l'indiquerons dans la bibliographie et en note, à côté de la référence, si cela frappe une de nos sources et si nous ne pouvons pas la remplacer par une autre. De la même façon, mentionnons le cas des liens dits cassés ou obsolètes qui survient parfois lors de la publication d'une nouvelle version d'un site ou lorsque celui-ci change d'hébergeur en ligne ou de serveur informatique. Ce problème est surtout préjudiciable pour les lecteurs qui voudraient vérifier ou utiliser les informations et les sources dont nous nous sommes servis. Ainsi, nous ne pouvons garantir la pérennité des liens que nous donnons en référence. Outil de support, Internet est enfin un instrument de vérifications immédiates, permettant de chercher ou de confronter sur l'instant des dates, des chiffres, des données, des documents ou des définitions.

Un point sur les données chiffrées du secteur des jeux vidéo

Durant notre étude, nous avons été confrontés au problème de mesure que connaissent les jeux vidéo durant la période que nous étudions[184]. Les données liées à l'industrie et à son marché économique sont mal évaluées en raison des

[181] Ce cas particulier (nous pouvons aussi inclure l'exemple du site de l'INSEE) nous montre que la simplicité de la consultation du site et sa gratuité sont des éléments à la fois de son développement et de son succès public. Globalement, et en mettant de côté la question polémique de la gratuité, il nous apparaît que la facilité d'usage doit être un élément primordial de ce genre de sites. Cela passe notamment par l'emploi de fichiers numériques aux formats standards et ouverts, et par l'absence de restrictions d'utilisation (par exemple aucune limite dans le nombre de copies virtuelles autorisées ou de visionnages de documents, possibilité de téléchargement de certains fichiers, utilisation sur plusieurs types d'appareils informatiques).

[182] Un minimum de connaissances sur le sujet avant la consultation d'Internet permet d'éviter ou de ne pas s'attarder sur des sites sans intérêt, ou au contenu douteux.

[183] Par exemple, nous en avons fait l'expérience avec le magazine en ligne *Overgame* dont l'éditeur a cessé ses activités, condamnant ainsi le site. Cela n'a pas été nuisible à notre étude, dans la mesure où nous avons découvert le problème après l'utilisation des informations désirées. Toutefois, nous n'avons pas pu trouver d'autres sources pour quelques actualités qui concernaient la presse spécialisée et plus particulièrement la vie et le fonctionnement de ce site internet.

[184] Le Diberder (Alain), « La création de jeux vidéo en France en 2001 » dans *Bulletin du département des études et de la prospective*, n° 139, juillet 2002, p. 2 col. 3.

discordances dans les définitions et les critères retenus selon les pays, les sources et les époques[185]. Elles sont aussi parfois beaucoup trop globales comme c'est typiquement le cas lorsqu'il est question des ventes d'ordinateurs[186] ou du piratage des jeux vidéo[187]. De même, il n'y a pas de contrôle des chiffres par des organismes publics ou de gestion des droits d'auteurs, ni par de grands syndicats professionnels[188]. Si les analyses sont nombreuses, le manque d'harmonisation fait que certains chiffres ne sont pas exploitables, surtout lorsque les sources ne donnent pas d'indications sur les critères retenus pour leur réalisation. De ce fait, il nous a été parfois difficile de sélectionner les données, mais aussi de les comparer.

Nous remarquons également que les différentes études sont produites majoritairement par des instituts de sondage et que certaines manquent d'une réelle rigueur scientifique, ou sont même orientées (selon la volonté des commanditaires). Par exemple, nous notons une volonté de montrer une démocratisation de l'ordinateur, à travers la pratique du jeu vidéo, à la fin des années 1990 et au début des années 2000[189]. Les analyses s'attachent alors à démontrer que les joueurs sont âgés, qu'ils jouent sur ordinateur (la démocratisation de la console est minorée), de façon raisonnable et que la pratique du jeu concerne toutes les couches de la population. De cette manière, lorsqu'il s'agit d'observer l'ensemble des joueurs en

[185] Nous notons, par exemple, que les jeux vidéo peuvent être assimilés au marché du jouet, aux logiciels de loisir et donc à des biens culturels, ainsi qu'aux nouvelles technologies.

[186] Les données liées aux ordinateurs sont susceptibles, selon nous, d'apporter des analyses quelque peu surévaluées sur le jeu vidéo sur cette machine, en raison de son caractère pluriel. En effet et contrairement à une console, l'ordinateur a plusieurs fonctions, et il peut être utilisé aussi bien dans le cadre des loisirs que pour des activités professionnelles. Ainsi, les ventes d'ordinateurs ne certifient pas obligatoirement une utilisation pour le jeu vidéo. Généralement, il n'y a pas de précisions de cet ordre lorsque les chiffres de vente d'ordinateurs sont donnés.

[187] L'analyse du piratage de jeux vidéo manque de pertinence. A la manière des autres données sur le marché des jeux vidéo, on note des problèmes de mesures et de méthodologie (discordances dans les définitions et les critères retenus). Les chiffres les plus fréquemment trouvés et donnés dans la presse se rapportent généralement à l'ensemble du piratage logiciel et non pas seulement aux jeux vidéo. Ainsi, ils englobent les logiciels professionnels qui concourent, selon nous, pour une plus grande part que les logiciels ludiques, au taux de piratage. Ceci a pour conséquence de gonfler les données de cette pratique illicite. D'autre part, certains chiffres se rapportent exclusivement aux Etats-Unis et ne sont pas mis en parallèle avec des chiffres français ou européens. Enfin, ils ne sont pas toujours accompagnés d'explications sur les critères retenus pour évaluer le piratage.

[188] En France, les syndicats professionnels liés aux jeux vidéo apparaissent à la fin des années 1990 et au début des années 2000. Par exemple, le SELL (Syndicat des éditeurs de logiciels de loisirs) est crée en 1995, tandis que l'APOM (l'Association des producteurs d'œuvres multimédia) est, quant à lui, fondé en février 2002. Voir : www.sell.fr ; http://web.archive.org/web/20020808143852/www.sell.fr/classif/classification_2001.html ; Tristan, « Etat des lieux du jeu vidéo français » dans *Joypad*, n° 131, juin 2003, p. 70 col. 1.

[189] Voir : Trémel (Laurent), « Comment et pourquoi les enquête nous leurrent » dans *Planetjeux.net*, 23 août 2004, http://www.planetjeux.net/index.php3?id=article&rub=read&article=063 ; Trémel (Laurent), « 100% des joueurs de jeux vidéo sont-ils des joueurs de jeux vidéo ? » dans *Planetjeux.net*, 22 décembre 2006, http://www.planetjeux.net/index.php3?id=article&rub=read&article=135

France, nous constatons que les études ne prennent jamais en compte simultanément les enfants, les adolescents et les adultes. Elles se concentrent presque toujours sur des populations de 15 ans et plus, voire de 18 ans et plus, ou bien alors sur des groupes restreints (8-19 ans par exemple). De plus, la définition des jeux vidéo est souvent prise dans un sens large, incluant toutes sortes de titres ludiques sans distinction, ce qui permet d'intégrer en tant que joueurs (et sans prendre en considération la fréquence de la pratique), des personnes qui ne sont pas des habitués des jeux vidéo, mais qui ont joué quelques fois aux jeux présents dans le système d'exploitation de leur ordinateur (démineur, solitaire).

Conclusion : entre « tradition » et « modernité »

L'étude de notre sujet nous a amené à utiliser quatre catégories de sources : les livres, la presse, les logiciels et les matériels de jeux, et Internet. Au commencement de notre travail, nous pensions qu'une thèse abordant les jeux vidéo en France allait nous conduire à un emploi privilégié des supports « vidéoludiques » (jeux vidéo, machines ludiques). Or, cela n'a pas été le cas puisque les ouvrages et surtout la presse se sont révélés comme les principaux instruments de base de notre réflexion. Ajoutons également Internet. Nous avons particulièrement consulté ce nouveau media qui rassemble en son sein toutes les autres sources. En plus des articles de la presse en ligne et des réflexions ou des avis des passionnés (forums de discussion, sites amateurs), il nous a apporté divers documents iconographiques et multimédias (émissions de télévision, publicités, vidéos de jeux, programmes ludiques). Toutefois, c'est un outil que nous plaçons à part en raison de sa nouveauté mais aussi à cause de son manque de maturité. Celle-ci s'exprime essentiellement par les problèmes de fiabilité qui concernent les informations disponibles, ainsi que par leur mouvement presque incessant (flux de publications de documents, sites participatifs où l'information est susceptible d'être changée à tout instant, sites ou liens devenus indisponibles). Toutefois, nous pensons que l'emploi du réseau Internet dans le cadre de nos recherches est une des illustrations du développement et de l'importance que prend ce nouveau media dans la société française du début du 21^{e} siècle. En outre, au fur et à mesure de son évolution et de ses transformations, notamment avec la progression de la numérisation et de la mise en ligne des

sources, Internet va probablement devenir, dans les prochaines années, un instrument (et une bibliothèque virtuelle) incontournable pour la recherche.

Enfin, signalons les difficultés que nous avons rencontrées durant la réalisation de notre travail. Si nous pouvons les considérer comme inhérentes à la recherche en histoire, en revanche elles ont peut-être été amplifiées par la nature inédite de notre sujet. Ainsi, elles sont liées principalement à l'analyse historique des jeux vidéo en France qui représente un terrain quasi vierge, mais aussi au développement des sources relatives à ce nouveau loisir. En effet, en plus de celles déjà disponibles lorsque nous avons débuté notre travail, nous avons vu, au cours de nos recherches, une augmentation assez importante des publications sur les jeux vidéo et la découverte de nombreuses archives. Cet accroissement est notamment du au progrès d'Internet qui simplifie l'accès à ces nouvelles sources, mais aussi ajoute un flot presque ininterrompu de documents et d'articles. Ainsi, il y a une impression de procéder à une veille permanente. Nous avons donc effectué un travail minutieux de défrichage et surtout de sélection. D'autre part, l'orientation de certaines sources, et notamment de la majorité de celles issues des ouvrages et des magazines spécialisés, et peut être aussi l'idée de départ que l'on se fait d'un tel sujet, nous a amené dans un premier temps à être trop centré sur les jeux vidéo. Il nous a donc fallu revoir certaines de nos réflexions et être plus vigilant afin de prendre le recul nécessaire pour se détacher et inclure l'analyse des jeux vidéo dans le cadre général de la société française.

Chapitre 2 : L’industrie des jeux vidéo

I) Les machines ludiques

1) L'arcade

a) Les salles d'arcade[190]

Lorsque les jeux vidéo se révèlent au grand jour au début des années 1970, la majorité du public les découvre à travers des bornes de jeu (les bornes d'arcade), installées dans des lieux populaires tels les cafés ou les bowlings. A mesure que se propage le « phénomène », les bornes envahissent, non seulement les salles de jeu existantes, mais en plus s'ouvrent des établissements spécialisés, voués à ce nouveau type de loisir. Composés principalement de bornes d'arcade, ces centres d'amusement peuvent aussi concentrer en leur sein d'autres appareils de jeu comme des baby-foot, des flippers, des billards, ainsi que des tables de *air hockey*[191] et autres machines « attrape-jouet »[192].

Les salles d'arcade en France

Les salles d'arcade se développent durant les années 1970, et elles connaissent une grande popularité chez les joueurs occidentaux jusqu'au milieu des années 1980[193]. Ces derniers sont sensibles et désirent avant tout des lieux, qui leur permettent de jouer tranquillement, sans être importunés, recelant des machines

[190] Voir lexique p. 4.
[191] *Air hockey* : le *air hockey* est un jeu inventé en 1972 par Bob Lemieux, un ingénieur qui travaille pour la firme américaine Brunswick Billiards. L'équipement de jeu est constitué d'une table dont la surface est balayée par de l'air soufflant à travers de petites aérations, ainsi que d'un poussoir et d'un disque. La partie se joue à deux joueurs, et le but du jeu est de marquer sept points en poussant le disque dans le but adverse. L'action de l'air permet de réduire les frottements du disque sur la table, et d'accélérer la vitesse du jeu. Dans les salles de jeu, la partie se déroule généralement en temps limité à l'issu duquel l'air se coupe.
[192] Machine attrape-jouet : Il s'agit d'une machine composée d'une caisse transparente de verre ou de plexiglas, et d'une pince mécanique commandée par les joueurs. Le but est d'attraper à l'aide de la pince, un des nombreux lots (jouet, peluche) qui se trouvent à l'intérieur de la caisse. Notons que le joueur ne peut que diriger cette pince et l'actionner qu'une seule fois (afin qu'elle descende dans la caisse). Ces machines, d'origine japonaise, apparaissent durant les années 1980. S'il est possible de les trouver dans les salles d'arcade, les centres commerciaux ou les cinémas, en France, ces appareils se localisent principalement dans les fêtes foraines.
[193] Une distinction est à faire entre la situation qui prévaut en Occident (Etats-Unis et Europe), et celle que connaît le Japon.

propres et surtout en bon état de marche[194]. Fréquentées principalement par des hommes jeunes, âgés entre 18 ans et 25 ans[195], elles présentent un modèle économique différent du reste de l'industrie du jeu vidéo[196] puisqu'elles sont centrées autour du paiement à l'acte[197]. Le joueur doit payer pour acheter une ou plusieurs parties afin de s'adonner au jeu. Une partie simple (aussi appelée un crédit) vaut en 1983[198], deux francs (0,30 euros), tandis que l'on peut obtenir plusieurs parties pour cinq francs (0,76 euros). Certaines parties sont plus chères en raison des technologies employées sur la borne[199]. De manière générale, le coût de la partie augmente avec les évolutions techniques aussi bien celles qui affectent la borne (donc la partie matérielle) que celles concernant le jeu (la partie logicielle). Dans les années 1990, il est ainsi courant de jouer pour 5 francs ou 10 francs (1,5 euros), et lors du passage à l'Euro en 2002, la session de jeu coûte entre un et deux euros (selon les jeux). Ces sommes, qui ne sont pas négligeables, font du jeu vidéo pratiqué (régulièrement) dans les salles, un loisir assez onéreux. Au milieu des années 1980, un joueur qui fréquente régulièrement et assidûment une salle d'arcade, dépense en moyenne entre 100 francs (15,24 euros) et 500 francs (76,22 euros) par semaine[200].

Les jeux des arcades

Le mode de fonctionnement de l'arcade a une incidence sur les jeux, puisque le style « arcade » donne naissance à des titres simples, jouable immédiatement, et à la prise en main aisée. Généralement, ils sont spectaculaires d'un point de vue graphique, ou ils possèdent une interface de contrôle innovante et impossible à avoir chez soi. En outre, ils sont plutôt courts pour que les joueurs puissent les terminer « sur place ». Après l'immense succès de *Pong*, les salles ont drainé le public grâce

[194] Charreyron (Véronique), « Les arcanes de l'arcade » dans *Tilt*, n° 33, juillet 1986, p. 102 col. 3.
[195] *Ibid.* col. 2.
[196] Cario (Erwan), Diberder (Alain, le), Lanier (Gilles), *L'année du jeu vidéo 2004*, Paris, Calmann-Lévy, 2004, 190 p. ; p. 16.
[197] Ce modèle économique (et ce mode de paiement) est le même que celui employé pour les attractions et les jeux dans le secteur forain (fête foraine, parc d'attraction).
[198] Chazoule (Olivier), « Voyage au bout de l'envie » dans *Tilt*, n°4, mars/avril 1983, p. 19 col. 2.
[199] Par exemple, en 1984, lorsqu'apparaissent les premières machines qui utilisent des disques laser pour stocker les jeux, le prix d'un crédit passe de deux francs à cinq francs. Navarre (Jean-Michel), « Service compris : arcade du deuxième type » dans *Tilt*, n° 12, mai 1984, p. 82 col. 2.
[200] Charreyron (Véronique), « Les arcanes de l'arcade » dans *Tilt*, n° 33, juillet 1986, p. 102 col. 2.

à des jeux comme *Beakout*[201] (1976), *Space Invaders*[202] (1978), *Pac-Man*[203] (1980), *Donkey Kong*[204] (1981) ou *Pole Position*[205] (1982). Globalement, les valeurs sûres des années 1980 sont constituées de jeux de conduites et d'actions, où l'adresse du joueur est primordiale[206]. Dans les années 1990, c'est la mode des jeux de combat comme *Street Fighter 2*[207] (1991) et les premiers jeux en trois dimensions (*Virtua Racing*[208], *Virtua Fighter*[209], *Ridge Racer*[210]) qui permettent d'attirer le public. Enfin, au début de l'an 2000, l'audience est essentiellement obtenue avec des jeux musicaux et de rythme (*Guitar Freaks*[211], *Dance Dance Revolution*[212]). Notons que la plupart des jeux d'arcade sont américains ou japonais, et qu'aucun développeur ou éditeur français ne s'est aventuré dans ce domaine.

La marginalisation de l'arcade en France

Dans la seconde partie des années 1980, la vogue de l'arcade s'estompe à mesure que se répandent les systèmes de jeu domestique (techniquement toujours plus performants) comme les consoles. S'il est difficile de connaître avec exactitude l'évolution du nombre de salle et de borne en France[213], les quelques chiffres que nous sommes parvenus à trouver montrent une baisse progressive qui tend, à partir des années 1990, vers une marginalisation de l'arcade dans l'hexagone.

[201] Voir annexe jeux p. 108.
[202] Voir annexe jeux p. 152.
[203] Voir annexe jeux p. 139.
[204] Voir annexe jeux p. 116.
[205] Voir annexe jeux p. 142.
[206] Charreyron (Véronique), « Les arcanes de l'arcade » dans *Tilt*, n° 33, juillet 1986, p. 100 col. 1.
[207] Voir annexe jeux p. 155.
[208] Voir annexe jeux p. 164.
[209] *Ibid.*
[210] Voir annexe jeux p. 147.
[211] Voir annexe jeux p. 128.
[212] Voir annexe jeux p. 112.
[213] En effet, contrairement aux ordinateurs ou aux consoles, les études sur le secteur de l'arcade en France sont plus rares mais aussi moins précises. Les articles de presse consultés datant du début des années 1980 et étant tirés essentiellement du magazine de référence de l'époque *Tilt*, donnent des chiffres généraux concernant toute la filière des appareils automatiques (arcade, flipper, juke-box) ou des chiffres concernant seulement la capitale. Par la suite, les différents magazines, traitant du jeu sur console, rapportent essentiellement dans leur rubrique arcade, la préparation et la sortie de nouveaux jeux et, parfois, ils annoncent dans leurs actualités l'ouverture d'une nouvelle salle. D'autre part, la partie économique de cette branche est soit traitée de manière globale (ensemble du marché de l'arcade) soit elle concerne les Etats-Unis et surtout le Japon.

Ainsi, d'après le mensuel *Tilt* qui se base sur l'ensemble des machines automatiques, en janvier 1982[214], la France compte 355 000 appareils dont la moitié sont des flippers et des machines dites « vidéo ». En 1984, ce chiffre tombe à 220 000 machines, mais il remonte en 1988 à 264 000 appareils[215]. De même, René Pierre, un spécialiste français du domaine (spécialisé dans les billards, mais qui fabrique aussi des appareils « vidéo ») décrit, pour sa part, des ventes tendant à la baisse[216]. En ce qui concerne les seules bornes d'arcade, le *Que-sais-je ?* dédié aux jeux vidéo (qui date de 1994[217]), note que la France compte environ 60 000 bornes de jeu.

Pour le nombre de salle d'arcade, nous n'avons pas trouvé de chiffres se rapportant à l'ensemble du pays, mais uniquement s'intéressant à Paris. Dans la rubrique arcade de son premier numéro (datant de septembre 1982)[218], *Tilt* dresse un guide des établissements parisiens intéressants, situés sur la rive droite[219]. Il est dénombré quatorze salles. En juillet/août 1986[220], dans un autre article consacré à ce sujet, ce même magazine annonce que depuis quatre années le nombre de salles ouvertes dans la capitale tourne autour de la quinzaine. Après cette date, les données se font rares, mais il est en tout cas certain que la plupart de ces salles indépendantes disparaissent petit à petit, entre la fin des années 1980 et le milieu des années 1990.

A partir de 1995[221], Paris accueille un premier grand centre d'arcade estampillé Sega[222]. Par rapport aux salles d'arcade indépendantes, cet établissement fait preuve de gigantisme, et il est plus prompt à proposer au public les dernières

[214] Charreyron (Véronique), « Les arcanes de l'arcade » dans *Tilt*, n° 33, juillet 1986, p. 98 col. 2.
[215] « *Dossier* : arcade, micro, mêmes combats » dans *Tilt*, n° 50, janvier 1988, p. 86 col. 3.
[216] Les ventes passent de mille machines par mois en 1980, à environ vingt à trente machines par mois en 1986. Charreyron (Véronique), « Les arcanes de l'arcade » dans *Tilt*, n° 33, juillet 1986, p. 98 col. 2.
[217] Jolivart Bernard, *Les jeux vidéo*, Paris, PUF, 1994, 128 p. (coll. «*Que sais-je?»)*; p. 24.
[218] « *Service compris* : guide : les bonnes adresses de Paris rive droite » dans *Tilt*, n° 1, septembre/octobre 1982, p. 74.
[219] Le parcours réalisé est le suivant : un itinéraire A amène le journaliste de la place Clichy, à la place Pigalle, en passant par le boulevard de Clichy. Un itinéraire B l'amène ensuite de la place de la République, à la place de l'Opéra, en passant entre autre par le boulevard Poissonnière, et le boulevard des Italiens. Enfin un itinéraire C l'entraîne dans le quartier de Beaubourg, du Châtelet, entre la rue Saint Denis, la rue Saint-Martin, et le boulevard Sebastopol. *Ibid.*
[220] Charreyron (Véronique), « Les arcanes de l'arcade » dans *Tilt*, n° 33, juillet 1986, p. 98 col. 3.
[221] « *News Pad* : un centre de loisirs 100% Sega au cœur de Paris » dans *Joypad*, n° 40, mars 1995, p. 36 col. 1.
[222] Le site Internet de *La tête dans les nuages* indique qu'il existait déjà à cet endroit une salle d'arcade, ouverte en 1994, et se nommant Vaisseau Amiral. http://www.casinos-sfc.com/societe/historique.html

nouveautés en matière de jeu. Surtout, il est soutenu par un acteur (Sega) de premier plan du secteur de l'arcade et du jeu vidéo en général. Nommée *La tête dans les nuages* et se trouvant boulevard des Italiens, la salle s'étend sur 1500 mètres carrés. On y trouve quelque deux cents postes de jeu, mais aussi une enseigne de restauration rapide, et des boutiques de produits dérivés Sega et de jeux vidéo. L'expansion de cette chaîne de salle d'arcade est rapide puisqu'en 1997[223], un huitième centre ouvre ses portes à Cergy, en région parisienne, tandis qu'en 1999[224], le réseau compte vingt-cinq établissements repartis à travers divers pays[225].

Néanmoins, cette même année (1999) marque aussi le retrait de Sega de l'affaire, et le dépôt de bilan du réseau, en raison d'un manque de rentabilité et de pertes financières[226]. Il est à noter qu'après cette faillite, si de nombreux centres sont fermés, la salle sis boulevard des Italiens continue d'exister[227]. Ainsi en 2003, *La tête dans les nuages* est l'unique grande salle de jeu d'arcade dans la capitale, et l'un des derniers endroits, avec les cafés, les parcs d'attractions, les foires, et certains autres établissements (bowling), où il est encore possible de trouver des bornes.

Quant à la province, aucune information n'est disponible, sauf lorsqu'une salle d'arcade quelque peu exceptionnelle (par sa grandeur généralement) ouvre ses portes. C'est le cas par exemple à Grenoble en 1991 avec Videotronic, un établissement d'une soixantaine de bornes, défini comme « l'une des plus grandes salles de France »[228]. Signalons aussi la présence des centres Sega dans certaines grandes villes, comme Marseille par exemple. Globalement, nous pouvons penser que la situation de l'arcade en province est identique à celle qui prévaut à Paris avec une raréfaction de l'offre, au fur et à mesure des années.

---

[223] Banana San, « *Joypolis* : un 8e centre Sega en France » dans *Joypad*, n° 62, mars 1997, p. 106 col. 1.
[224] Bliss de la Boissiere (Francois), « Sega n'a plus la tête dans les nuages » dans *Overgame.com*, 15 mars 1999. http://www.overgame.com/items/2681_sega-na-plus-la-tte-dans-les-nuages.html
[225] En plus de la France, le réseau est présent entre autre en Belgique, en Suisse et au Luxembourg.
[226] Les pertes sont évaluées à 80 millions de francs (1 219 592 euros). Elles découlent directement d'une mauvaise gestion de l'entreprise.
[227] D'après le site Internet de *La tête dans les nuages*, la société gérant la salle d'arcade est crée en 1995, et elle se nomme Société Française de Casinos (SFC). En 1999, il est indiqué que le Groupe Partouche (gestionnaire de casinos classiques) prend une participation dans cette entreprise. On peut ainsi émettre l'hypothèse que Partouche intervient après le dépôt de bilan, et relance l'activité de la salle. http://www.casinos-sfc.com/content/blogcategory/5/4/
[228] AHL, « Videotronic : l'espace jeu » dans *Tilt*, n° 87, février 1991, p. 32 col. 1.

Les problèmes rencontrés par ce type d'établissement

Cette désaffection entamée au milieu des années 1980 est également liée, mais aussi renforcée, par les nombreuses difficultés que rencontrent les salles. Tout d'abord, elles souffrent d'une mauvaise image de marque. Les clichés en vigueur sont plus ou moins les mêmes que ceux qui touchent en général, les salles de jeux et les machines à sous. Interdite au moins de dix-huit ans (moins de seize ans parfois), la salle d'arcade est ainsi perçue comme un endroit malsain, sale et mal fréquenté, où se déroulent des trafics en tout genre. La profession est souvent assimilée à une mafia[229]. De plus, l'activité de la salle à travers les flashs et les sons émanant des jeux, les gesticulations ou les cris des joueurs devant les bornes, peut être tout aussi repoussant[230], et participer à cette image dégradée. Il est à noter que le journaliste réalisant pour *Tilt* le guide des arcades que nous avons déjà évoqué, juge les établissements avec des critères qui font échos de ces clichés. De ce fait, il prend soin dans ses descriptions d'évaluer outre les jeux disponibles, la propreté de la salle, l'espace qu'elle offre, l'entretien des machines, et l'ambiance qui s'en dégage[231].

Ensuite, du côté des professionnels, l'ouverture d'une telle structure n'est pas chose aisée, notamment en raison du coût de l'opération. Il faut en premier lieu obtenir une autorisation de la préfecture. *Tilt*[232] laisse entendre que ces habilitations sont plus difficiles à obtenir depuis la loi du 12 juillet 1983[233], relative aux jeux de hasard (qui interdit certains appareils de jeux). D'autre part, le propriétaire est assujetti à trois taxes, à savoir l'une de 1500 francs (228 euros) sur chaque appareil de la salle[234], une vignette sur spectacle dont le montant dépend de la municipalité

[229] Charreyron (Véronique), « Les arcanes de l'arcade » dans *Tilt*, n° 33, juillet 1986, p. 99 col. 1.
[230] Bien que cela puisse être aussi considéré comme quelque chose d'attractif. Chazoule (Olivier), « Voyage au bout de l'envie » dans *Tilt*, n° 4, mars/avril 1983, p. 19 col. 1.
[231] « *Service compris* : guide : les bonnes adresses de Paris rive droite » dans *Tilt*, n° 1, septembre/octobre 1982, p. 74.
[232] Charreyron (Véronique), « Les arcanes de l'arcade » dans *Tilt*, n° 33, juillet 1986, p. 98 col. 2.
[233] http://www.legifrance.gouv.fr/affichTexte.do;jsessionid=96DF101725A0C4877DBB8FDA3063AF14.tpdjo13v_1?cidTexte=JORFTEXT000000504703&idArticle=&dateTexte=20090429
[234] Cette taxe est instaurée à partir de janvier 1982. Elle est moins importante sur les juke-box et les baby-foot, puisqu'elle se monte à 500 francs (76 euros) sur ces types d'appareils. Charreyron (Véronique), « Les arcanes de l'arcade » dans *Tilt*, n° 33, juillet 1986, p. 98 col. 3.

(2160 francs/329 euros à Paris), et à partir de juillet 1985, une TVA de 18,6% sur ses recettes brutes.

A ceci s'ajoute le lourd investissement pour se procurer les bornes de jeu. La gamme de prix est variable suivant les titres, et leur dispositif de contrôle (meuble et commandes spéciales). Une simple carte d'arcade[235] coûte par exemple entre 4000 francs (610 euros) et 9000 francs (1372 euros) [236], tandis que les prix augmentent sensiblement pour une borne complète. Le prix moyen constaté en 1989 est alors de 15 000 francs (2287 euros) pour une borne standard, et entre 100 000 francs (15245 euros) et 200 000 francs (30490 euros) pour une borne sophistiquée[237]. En plus des difficultés d'ordre financier, les jeux se démodent vite[238], et il est donc difficile de savoir, et de prévoir à l'avance quels sont les titres ludiques qui auront du succès[239]. Ainsi, le tenancier se doit de posséder les dernières nouveautés, et d'être attentif et réactif à la demande des joueurs qui se lassent très rapidement[240]. Il est d'une certaine manière obligé de renouveler souvent les jeux de sa salle pour pouvoir attirer et fidéliser ses clients.

L'arcade au Japon

Le désintérêt pour le monde de l'arcade en France et en Occident en général contraste avec la situation japonaise. Soulignons que les salles et les jeux d'arcade japonais sont des éléments qui attirent et fascinent une partie des joueurs français qui pratique le jeu vidéo sur console.

Cet intérêt vient du fait que le Japon assure l'essentiel de la production de jeux à la fois sur console, et en arcade, mais aussi parce qu'il apparaît comme un endroit

[235] Par carte d'arcade, nous entendons la carte informatique (carte mère) qui se trouve au cœur de la borne d'arcade, et qui contient les données du jeu. Notons qu'avant l'établissement de la norme JAMMA au milieu des années 1980, que nous verrons plus en détail dans la partie suivante, un jeu correspond à une borne. Pour changer de jeu, il faut changer de borne. Avec la norme JAMMA, le propriétaire peut simplement acheter des cartes pour les insérer dans les bornes compatibles qu'il possède. Voir p. 92.
[236] Charreyron (Véronique), « Les arcanes de l'arcade » dans *Tilt*, n° 33, juillet 1986, p. 99 col. 2.
[237] Huyghues-Lacour (Alain), « Arcades : toutes les nouveautés 1989 » dans *Tilt*, n° 63, février 1989, p. 31 col. 2.
[238] Contrairement aux flippers par exemple, dont la clientèle est d'autre part beaucoup plus large que celle des jeux d'arcade. Charreyron (Véronique), « Les arcanes de l'arcade » dans *Tilt*, n° 33, juillet 1986, p. 99 col. 3.
[239] *Ibid.* p. 100 col. 3.
[240] Notamment quand ils savent jouer à un jeu donné et qu'ils connaissent le moindre de ses secrets. *Ibid.* col. 2.

rêvé, où le jeu vidéo y est en abondance, moins décrié, et plus intégré à la société. La presse spécialisée participe à ce phénomène, en relatant chaque mois les actualités de ce marché, et en montrant les spécificités (par rapport à la France) du Japon en matière de jeu vidéo. L'arcade est ainsi l'un des sujets où les différences sont les plus importantes[241]. Elle ne manque pas de relever la force des jeux de café, et plus globalement des jeux vidéo sur ce territoire. Bien souvent, les différents carnets de voyage présentent un tableau idyllique aux joueurs français.

C'est par exemple le cas du magazine *Joystick*, qui dans son numéro de décembre 1990[242], expose un reportage sur le Japon où l'émerveillement, et les différentes comparaisons ne sont pas à l'avantage de l'hexagone. Au sujet de l'arcade, le journaliste débute par décrire les salles françaises, en utilisant les poncifs s'y rapportent, c'est-à-dire des « lieux sombres, obscurs et mal fréquentés », au contraire des salles japonaises vues comme « un paradis où le joueur est roi », et où tout tourne autour de son bien être et du divertissement. Il souligne de plus que la plupart des bornes permettent à l'utilisateur de s'asseoir, car un petit tabouret est mis à la disposition du public au côté de chaque jeu. Enfin, les prix des parties sont estimés comme peu cher par rapport au niveau de vie du pays (entre 2 francs/0,30 euro et 4 francs/0,60 euro).

Conclusion : des salles d'arcade aux salles de jeux en réseau

Les salles d'arcade naissent du développement des bornes de jeux, et elles envahissent petit à petit les espaces publics durant la décennie 1970, en prenant place aux côtés des machines ludiques d'alors, comme les flippers ou les baby-foot. Permettant au plus grand nombre de découvrir, et de se familiariser avec ce nouveau type de loisir, elles deviennent un haut lieu du jeu vidéo, avec des titres qui n'ont aucun équivalent (d'un point de vue technique) sur les premières machines domestiques. Elles attirent une clientèle essentiellement jeune, et elles provoquent la

[241] Ce secteur au Japon ne connaît tout d'abord pas son « âge d'or » au même moment qu'en France (et en Occident). De plus, ce pays reste une place éminente, et l'unique marché où ce domaine de l'industrie revêt une telle importance, et ce malgré la forte implantation des machines domestiques (essentiellement console de jeu). De plus, les comportements des joueurs sont du reste beaucoup plus mesurés que dans les salles occidentales. Banana San, « L'arcade au Japon » dans *Jeuxvideo.com*, 21 mars 2008, p. 5. http://www.jeuxvideo.com/articles/0000/00008790_00000005_dossier.htm

[242] J'M Destroy, « L'empire des jeux : le Japon, l'empire des jeux » dans *Joystick*, n° 11, décembre 1990, p. 108 col. 3.

méfiance de certains, non seulement en raison de quelques établissements mal tenus, mais aussi parce que ces nouveaux jeux peuvent apparaître comme étrange. De ce fait, les salles d'arcade possèdent, la plupart du temps, une mauvaise réputation attachée au monde des jeux d'argent. Elles sont vues comme des lieux de débauche et de trafics illicites.

Elles demeurent populaires parmi les joueurs jusqu'au milieu des années 1980, époque à laquelle, ils tournent leur attention vers les offres de salon qui, tout en devenant de plus en plus abordables, se sont considérablement développées. En conséquence, la plupart des salles ferment leurs portes. Celles qui restent ouvertes ne sont plus un passage obligé pour les passionnés qui préfèrent assouvir leur passe temps favori chez eux. Par ailleurs[243], à partir des années 1990 et 2000, une grande partie de la production (essentiellement japonaise) n'est pas exportée vers les salles françaises, ou alors dans des versions simplifiées (là où les jeux originaux disposent de bornes spécifiques). Ceci peut être un facteur supplémentaire du désintérêt du public. Dans cette désaffection quasi générale, seul le Japon se singularise par la vitalité de ses salles. Le secteur continue ainsi de croître durant les années 1990. Malgré une crise au début du 21^{e} siècle, le Japon conserve une certaine tradition du jeu vidéo en salle, qui s'adresse à un large public (dont un public familial), et non pas seulement aux seuls fanatiques.

Si l'arcade et ses salles subsistent tant bien que mal, tout en rencontrant des difficultés pour attirer et intéresser les joueurs, les établissements dédiés aux jeux vidéo ne sont pas pour autant en voie de disparition. A l'orée de l'an 2000, un nouveau type de salle fait ainsi son apparition. Il s'agit des salles de jeux en réseau, dont le fonctionnement est similaire à la salle d'arcade, à la différence que le public n'achète pas des parties (au sein d'un jeu donné), mais des heures de jeu ou de connexion[244]. Au lieu de proposer des bornes, elles mettent à disposition des joueurs des ordinateurs reliés entre eux (en réseau local), ou connectés à Internet, qui donnent accès à des titres multijoueurs (de type STR, FPS, MMORPG[245]). Elles sont

[243] Banana San, « L'arcade au Japon » dans *Jeuxvideo.com*, 21 mars 2008, p. 14. http://www.jeuxvideo.com/articles/0000/00008790_00000014_dossier.htm
[244] Roustan (Mélanie, sous la direction de), *La pratique du jeu vidéo : réalité ou virtualité*, L'Harmattan, 2003, 224 p. ; p. 117.
[245] Voir p. 274, p. 283 et p. 286.

également susceptibles de proposer les mêmes services que les « cybercafés[246] ». D'après l'ouvrage, *Les jeux vidéo expliqués aux parents*[247], la France compte entre trois cents et quatre cents salles de ce genre, dont soixante-dix à Paris. Toutefois, malgré leur poussée, elles réunissent avant tout un public de niche, et leur rentabilité n'est pas toujours assurée. Ces lieux restent donc plus ou moins confrontés aux mêmes difficultés que les salles d'arcades traditionnelles.

[246] Le cybercafé est un lieu qui offre essentiellement la possibilité de se connecter à Internet pour un temps donnée (selon un tarif en vigueur dans l'établissement).
[247] Croitoriu (Michaël), Pasamonik (Didier), *Les jeux vidéo expliqués aux parents*, Paris, Editions Marabout, 2002, 160 p. ; p. 121.

b) Les bornes d'arcade

Eléments essentiels des salles de jeux vidéo, les bornes d'arcade sont les héritières des premières machines ludiques[248] (appareils automatiques[249] ou fonctionnant à l'aide de pièces de monnaie) installées au début du siècle dernier[250] dans les parcs d'attractions[251] ou dans les foires. Elles se composent d'un meuble à l'intérieur duquel se trouve la partie informatique (carte-mère qui contient le programme de jeu), d'un moniteur, d'un dispositif de contrôle des jeux, et d'un monnayeur.

Les différentes formes de bornes d'arcade

Les meubles ne sont pas uniformes, et divers styles d'arcades coexistent au sein de la salle. Les plus répandues sont les bornes de forme verticale (illustration 2.1), où l'utilisateur joue debout, devant la machine.

Illustration 2.1: Bornes d'arcade verticales





[248] Comme par exemple les jeux de tir (à la carabine), de lancé de ballon, ou bien encore les appareils de musique mécanique ou de voyance.
[249] Notons que ce terme « automatique » (jeux automatiques, machines automatiques) sert à définir (tout comme le terme générique anglais « *amusement* ») l'ensemble des machines ludiques, comme celles que l'on trouve dans les parcs d'attraction ou les fêtes foraines. Lorsqu'un salon, notamment en France, présente de tels appareils, les bornes d'arcade y sont associées et exposées. On peut donc établir une certaine filiation, et dire que l'arcade est une catégorie de machine, au sein de ce secteur de loisir.
[250] Plus précisément, à partir des années 1920 pour le livre *Joystick Nation*. Toutefois, l'ouvrage indique qu'il est aussi possible de remonter jusqu'aux premiers phonographes fonctionnant avec des pièces qui date de 1890. Herz (J.C.), *Joystick Nation*, Little, Brown and Compagny, 1997, USA, 244 p. ; p. 43.
[251] Notamment dans ceux de la société américaine Midway comme celui de Coney Island à New York (dans les années 1920).

Elles sont généralement construites en bois et en métal, et elles mesurent environ deux mètres de hauteur. Les contrôles prennent la forme le plus fréquemment d'un *joystick*[252] et de plusieurs boutons[253], et ce genre de dispositif peut se trouver en double sur les titres qui autorisent le jeu à deux. Certaines de ces bornes disposent de contrôle spécifiques comme un volant et des pédales pour des jeux de course, ou des pistolets pour des jeux de tir. Il existe, d'autre part, des versions assises de ces bornes verticales, que l'on trouve presque exclusivement dans les salles d'arcade japonaise.

Illustration 2.2 : Borne en forme de table rectangulaire



Plus originales, certaines bornes prennent la forme d'une table rectangulaire (illustration 2.2) afin de mieux s'intégrer dans les cafés. Elles sont recouvertes d'une plaque de verre pour protéger le moniteur incrusté au centre de la table, dans le but de permettre aux clients de consommer leur boisson tout en jouant. Les jeux qui peuvent se pratiquer à deux[254], fonctionnent sur un principe particulier. Les deux joueurs se font face, et ils jouent à tour de rôle[255]. L'affichage de l'écran bascule du coté de celui qui a « la main ». Populaire au début des années 1980, ce genre de borne devient par la suite plus rare.

[252] Voir lexique p. 8.
[253] Suivant les jeux, le nombre de boutons peut varier. On trouve ainsi des jeux avec trois boutons, quatre boutons, ou bien encore six boutons d'action.
[254] Certaines tables et jeux autorisent jusqu'à quatre joueurs.
[255] Généralement lorsqu'un titre permet le jeu à deux, les deux protagonistes jouent en même temps, soit l'un contre l'autre, soit ensemble, « dans la même équipe ».

Illustration 2.3: Bornes de luxe



Enfin, il existe des bornes de luxe (illustration 2.3), qui possèdent une forme et des commandes en rapport avec la nature du jeu proposé. Ainsi, la borne d'une simulation aérienne peut se matérialiser par un cockpit, celle d'une course automobile par la reproduction d'un habitacle de voiture avec volant, pédalier et changement de vitesse, un jeu de moto quant à lui peut accueillir une borne en forme de moto. Imposante et prenant beaucoup de place dans la salle d'arcade, ce type sophistiqué de borne fonctionne quelquefois avec des vérins hydrauliques pour qu'elle puisse bouger en suivant l'action du jeu, et ainsi renforcer l'impression de réalisme.

Par rapport au jeu à plusieurs que nous avons brièvement abordé dans les descriptions ci-dessus, il faut ajouter que les bornes sont susceptibles d'être reliées entre elles, plutôt que de proposer deux dispositifs de contrôles. De ce fait, les deux joueurs disposent chacun d'une borne. Si, pour les jeux de combat, deux bornes sont habituellement reliées (côtes à côte ou dos à dos) entre elles, pour des titres de course, leur nombre peut être plus important.

Des bornes uniques aux cartes de jeux multiples

Jusqu'au milieu des années 1980, les bornes sont attachées à la carte de jeu présente en leur sein[256], mais aussi aux autres éléments comme l'alimentation électrique, l'écran, les manettes et le monnayeur. Ils sont construits et assemblés en

[256] « Arcade, micro, mêmes combats » dans *Tilt*, n° 50, janvier 1988, p. 86 col. 2.

fonction d'une borne donnée. Un article de *Tilt* datant de janvier 1983[257] donne un exemple de la façon dont procèdent les importateurs français pour concevoir les bornes. Ils achètent tout d'abord les cartes de jeux (entre 1000 francs/152,44 euros et 5000 francs/762,24 euros, voire plus) pour y adapter « un écran de télévision en couleur, des manettes de commandes et un habillage de bois »[258]. Les exploitants achètent ensuite la borne toute prête pour un prix avoisinant les 15 000 francs (2287 euros). Pour changer de jeu, il faut remplacer, non seulement la carte, mais aussi le meuble qui ne peut être réutilisé, et ce même avec un autre titre issu du même éditeur/développeur.

Pour pallier cet inconvénient, l'association japonaise JAMMA[259] met au point dans la seconde partie des années 1980 une « connectique »[260] qui permet à l'exploitant de réutiliser les bornes (compatible JAMMA) lors des changements de jeux. Elle s'impose rapidement comme standard, en raison de la domination des acteurs japonais dans le secteur de l'arcade.

A l'instar des cartes-mères présentes dans les ordinateurs ou les consoles de jeux, les cartes de l'arcade sont construites autour de plusieurs composants aux fonctions bien spécifiques. Le processeur central, qui gère l'ensemble, est généralement accompagné de co-processeurs prenant en charge les parties sonore et graphique. Composées au début des années 1970 de circuits logiques, ces cartes suivent l'évolution de l'industrie informatique et du jeu vidéo[261]. Il faut toutefois souligner qu'à l'image des consoles de jeux, elles sont uniquement dédiées (et optimisées) pour le jeu vidéo. Les titres sont stockés au sein du système suivant

---

[257] Chazoule (Olivier), « La chasse aux cerveaux a commencé » dans *Tilt*, n° 3, janvier/février 1983, p. 20 col. 1.
[258] *Ibid.*
[259] JAMMA : *Japan Amusement Machinery Manufacturers Association*. La JAMMA est crée en 1981, par le regroupement de différents constructeurs japonais du secteur (comme Namco, Sega, Capcom, Taito).
[260] La norme JAMMA se matérialise par un connecteur de 56 broches qui prend en charge l'alimentation électrique, les flux audio et vidéo, deux *joystick*, et huit boutons. Elle connaît une évolution appelée JAMMA+ autorisant la gestion de plus de boutons d'action, de forme différente de contrôle, ou supportant un plus grand nombre de joueur. Il existe également des adaptateurs qui rendent compatibles la norme JAMMA avec d'autres connectiques. Pour remplacer ce standard, à partir de 1996, une nouvelle norme appelée *JVC* (*JAMMA Video Standard*) est mise en place. Elle dispose de branchements plus simples comme une prise *VGA* pour la vidéo, des prises *RCA* pour le son, ou bien encore deux prises *USB*. Elle connaît deux évolutions (en 1997 et en 2000). Voir : http://en.wikipedia.org/wiki/Japan_Amusement_Machinery_Manufacturers_Association ; http://fr.wikipedia.org/wiki/JAMMA
[261] Notamment durant les années 1990, ces systèmes sont de plus en plus basés sur les caractéristiques techniques des consoles, et à la fin de notre période d'étude, on constate l'émergence d'architectures qui utilisent des composants standards (voire légèrement améliorés) issus des micro-ordinateurs.

plusieurs méthodes. Ils peuvent l'être via des barrettes de mémoire (*ROM*) disposées directement sur la carte, une cartouche (une cartouche de jeu vient s'emboîter dans le système principal) ou bien des médias optiques (CD/DVD).

Chaque éditeur de jeu d'arcade ou presque dispose de ses propres cartes, que l'on peut assimiler à autant de machine de jeux différentes[262]. La presse (spécialisée dans les consoles de jeux principalement) ne s'est que très peu intéressée à ce genre de matériel. C'est surtout dans la seconde partie des années 1990 qu'elle commence à y prêter attention, à les nommer, et à détailler ses caractéristiques. Toutes les cartes ne sont pas étudiées, et elles ne font pas l'objet d'informations. Seules sont analysées celles des grands éditeurs du secteur, et des compagnies moins importantes mais néanmoins connues des joueurs[263].

Des machines ludiques d'avant-garde

L'arcade est considérée jusqu'à la fin des années 1990 comme un domaine d'avant garde. Bénéficiant de budgets importants, les concepteurs de jeu utilisent (pour ce secteur) les dernières technologies informatiques, en matière de logiciel (graphisme, son) et de matériel (microprocesseur, carte graphique). Ils peuvent expérimenter de nouveaux concepts, ainsi que des *« jouabilité »*[264] inédites fondées sur des interfaces des plus simples, aux plus originales. La salle de jeu s'apparente ainsi à un laboratoire, où les titres qui rencontrent le succès sont susceptibles par la suite d'être adaptés sur des consoles ou des micro-ordinateurs[265]. Dans ces conditions, nombreuses sont les innovations à avoir été utilisées ou vues pour la premières fois sur des jeux d'arcade[266]. De même, sur un plan sur un plan matériel, les arcades sont les premières machines à utiliser, au début des années 1980, des

[262] En quelque sorte, ces éditeurs/developpeurs font également offices de constructeurs.
[263] Parmi ces cartes, on peut citer chez Sega, les *Model 2* et *3*, la *Naomi* (et *Naomi 2*), la *Chihiro*, chez Namco les *System 11*, *12*, *246*, la *MVS* de SNK, l'*Atomiswave* de Sammy ou bien encore la *Triforce*, une carte développée conjointement par Sega, Nintendo et Namco.
[264] Voir lexique p. 7.
[265] Banana San, « L'arcade au Japon » dans *Jeuxvideo.com*, 21 mars 2008, p. 24. http://www.jeuxvideo.com/articles/0000/00008790_00000024_dossier.htm
[266] On peut noter, entre autres, la gestion des scores avec *Pong* en 1972, la première licence japonaise aux Etats-Unis avec *Gunfight* en 1975 dont la version américaine est aussi le premier titre d'arcade à utiliser un microprocesseur. En 1978, *Space Invaders* est le premier jeu à mémoriser les scores tandis qu'en 1979, *Asteroids* donne la possibilité, lors de cette mémorisation, d'enregistrer un nom de trois lettres. Citons également *Battlezone* en 1980, le premier jeu en trois dimensions qui possède une vue subjective.

supports optiques à travers des laser-disques (ancêtre du CD et du DVD) à des fins ludiques[267].

Quant aux bornes de luxe, certains jeux fonctionnent avec des dispositifs impressionnants et démesurés, poussant toujours plus loin dans le réalisme les concepts existants. En 1984, un jeu comme *TX-1*[268] propose par exemple, au joueur une course automobile où l'action se déroule sur trois écrans. Pour *Tilt*[269], cette vision panoramique donne un « réalisme à couper le souffle », renforcé par les effets sonores (diffusés sur quatre voix). Cette immersion du joueur au sein de l'image est aussi au cœur du jeu *Galaxian 3*[270] de Namco dont la version pour parc d'attraction[271] parue en 1990, emmène l'utilisateur au centre d'une salle montée sur vérin hydraulique, et composée d'un écran sur 360 degré. Une trentaine de joueurs peut participer au jeu. La même année, Sega met sur le marché, une borne nommée *R-360*[272], d'apparence sphérique et montée sur deux axes, lui permettant de tourner dans toutes les directions[273] au gré de l'action du jeu. Seuls deux jeux de combats aériens (*G-loc* et *Wing War*) utilisent ce système. Il existe également des initiatives plus originales, mais bien souvent uniques, qui ne font pas l'objet d'une large exploitation commerciale. En 1991, Sega sort une borne étonnante, *Time Traveler*[274], utilisant des effets holographiques pour donner l'impression au joueur que les personnes et l'action sortent de l'écran[275].

---

[267] Toutefois les jeux qui utilisent la technologie laser rencontrent un succès mitigé, en raison du manque d'interaction proposée, de la répétition des scènes d'action et des thèmes utilisés. Ils souffrent également de temps de chargement assez longs causés par les transferts de données à partir du disque et qui viennent hacher le déroulement de l'action. D'autre part, pour les exploitants des salles, les bornes laser coûtent, non seulement plus cher à acquérir, mais en plus elles sont moins fiables que les autres arcades à cause de la fragilité du lecteur CD. De même, pour les joueurs, ces jeux se traduisent par un surcoût puisque la partie est proposée à un prix légèrement plus élevé qu'habituellement. En France, en septembre 1984, les salles d'arcade comptent trois cents bornes disposant de cette technologie mais repartie sur deux ou trois titres. Voir : Navarre (Jean-Michel), « *Service Compris* : arcade du deuxième type » dans *Tilt*, n° 12, mai 1984, p. 82 col. 2 ; Delcourt (Guy), « *Laser story* » dans *Tilt*, n° 15, septembre 1984, p. 22 col. 4.

[268] Voir annexe machines ludiques p. 13.

[269] « *Service Compris* : bonjour les monstres » dans *Tilt*, n° 14, juillet/août 1984, p. 75 col. 3.

[270] Voir annexe machines ludiques p. 13.

[271] Une version arcade sort quatre ans plus tard, en 1994. La borne est adaptée à la salle d'arcade et elle est donc moins imposante que le dispositif pour parc d'attraction. Ainsi, elle dispose de deux écrans d'une diagonale de 120 pouces, assurant une vision panoramique en lieu et place d'une vision sur 360 degré. http://en.wikipedia.org/wiki/Galaxian_3

[272] Voir annexe machines ludiques p. 13.

[273] Y compris se mettre à l'envers (le joueur ayant alors la tête en bas).

[274] Voir : « *News* : arcade et holographie » dans *Consoles* +, n° 02, novembre 1991, p. 136 col. 1, annexe machines ludiques p. 14.

[275] Fonctionnant autour d'un disque laser qui contient les séquences du jeu (ces séquences sont jouées par des acteurs sur un fond vert), la borne dont le format n'est pas standard, n'offre pas une vision traditionnelle sur la

Des bornes originales pour mieux se démarquer de l'offre domestique

Cet avant-gardisme de l'arcade et cette inclination à être à la pointe des technologies font dire à certains commentateurs, comme Olivier Chazoule en 1983 dans son guide des jeux électroniques, que « tout a commencé dans les jeux vidéo par les arcades et tout continuera de commencer par les arcades »[276]. Or cette tendance s'essouffle peu à peu, à mesure que les machines de salon, de par leur évolution, deviennent progressivement aussi performantes techniquement (notamment graphiquement) que les bornes d'arcade. A partir des consoles de jeux de génération 32 bits, les constructeurs tendent à baser leur carte d'arcade sur les caractéristiques techniques des consoles. Cela permet de réduire les coûts de développement (notamment ceux du matériel), mais aussi de faciliter les conversions des différents jeux (de l'arcade aux consoles). Il en résulte, au final, des titres qui se ressemblent fortement sur les deux supports.

Pour remédier à la désaffection des joueurs qui préfèrent les machines domestiques et, pour faire face à la perte de fréquentation des salles, les industriels de l'arcade tournent alors leur production vers les bornes dédiées (illustration 2.4).

Illustration 2.4: Exemples de bornes dédiées avec un accessoire original





S'apparentant à une borne de luxe, elles proposent des titres dont le concept repose principalement sur un accessoire de contrôle indispensable, exclusif et

partie(un moniteur en face du joueur). Les concepteurs ont reproduit une vue semblable à celle que l'on peut avoir en regardant une scène de théâtre. Les effets holographiques sont alors crées à l'aide d'une télévision et d'un miroir concave. La télévision est disposée à l'intérieur de la borne, sous les contrôles du joueur, devant le miroir qui réfléchit les images (par réfraction pour produire les effets holographiques). Si la représentation du jeu est inédite, en revanche le titre en lui-même ne l'est pas. Ayant un scénario classique, le titre possède un décor unique et un mécanisme de jeu semblable à *Dragon's Lair*. Le joueur se contente de diriger son personnage, et d'appuyer sur le bon bouton au bon moment. Le jeu est de plus court, puisqu'il suffit d'une vingtaine de minutes pour parcourir l'ensemble des sept niveaux disponibles.

[276] Chazoule (Olivier), *Le guide Marabout des jeux électroniques*, 1983, Marabout, 188 p. ; p. 179.

original, difficilement adaptable à une version domestique. Le but est d'offrir aux utilisateurs, non seulement de nouvelles sensations dans le maniement du jeu, mais aussi de les impliquer un peu plus physiquement dans l'action.

Plusieurs genres profitent de la nouvelle donne pour se renouveler. Les jeux de sports voient ainsi l'arrivée de nouvelles disciplines comme les sports de glisse (surf, *snowboard, skateboard*) qui se jouent à l'aide d'une véritable planche. Dans cette catégorie on peut citer des jeux comme *Alpine Surfer*[277], *Air Trix Skateboarding* ou *Soulsurfer*. Sur le même principe, existe également un jeu de trottinette*, Frenzy Express*[278]. Signalons aussi, un jeu de rafting, *Rapid River*[279], dont la borne a la forme d'un siège représentant une moitié de canot. Le jeu se dirige à l'aide d'une pagaie et il demande donc aux joueurs de pagayer pour diriger son bateau. Les développeurs explorent, d'autre part, de nouvelles façons d'appréhender des disciplines déjà bien représentées. Pour le football par exemple, c'est l'ajout d'un ballon sur des titres tels *World Kicks*, *Kick It Pro* ou *Football Power*, afin de proposer des contrôles hybrides[280]. Les joueurs dirigent les footballeurs à l'aide d'un traditionnel *joystick* tandis que lors des tirs, ils doivent donner un coup de pied dans un ballon présent à la base de la borne.

Les simulations sont aussi touchées par les nouveautés. Les concepteurs laissent de côté les classiques jeux de course (auto, moto) et autres simulateurs aériens pour présenter de nouveaux sujets. Citons entres autres *Final Furlong*[281], un simulateur de course hippique se jouant sur un cheval, *Aqua Jet*[282], une simulation de scooter des mers disposant d'un vrai scooter aquatique ou *Downhill Bikers*[283], une descente de VTT sur des vélos. Des simulateurs de train (tel *Densha de go*[284]) ou de bus (*Tokyo bus guide*[285]) ont la particularité, outre leurs commandes fidèles aux engins réels, de proposer une reproduction exacte des différentes lignes des réseaux

[277] Notons qu'il existe *Alpine Racer*, un jeu de ski (descente, slalom) se jouant à l'aide d'une planche divisée en deux pour reproduire les deux skis, ainsi que de deux bâtons. Voir annexe machines ludiques p. 14.
[278] *Ibid.*
[279] *Ibid.* p. 15.
[280] *Ibid.*
[281] *Ibid.* p. 16.
[282] *Ibid.*
[283] *Ibid.*
[284] *Ibid.* p. 17.
[285] *Ibid.*

concernés. Le joueur a donc pour but de conduire ces transports en commun comme dans la réalité (en respectant les horaires, les arrêts, la signalisation). Plus énigmatique, en 2001 apparaît une simulation de promenade canine, qui se joue sur une sorte de tapis de marche. Le joueur tient une laisse du chien, et il doit faire attention à ce qui se passe à l'écran, mais aussi à sa marche car le chien réagit au rythme de ses pas[286]. D'autre part, certaines simulations commencent à utiliser la reconnaissance de mouvement comme *Mocap boxing*[287], où le joueur enfile des gants (reliés à la borne) et boxe virtuellement son adversaire. Le même principe existe avec un jeu de tennis de table.

Enfin, l'apparition de ces nouvelles bornes créée l'émergence de tout une série de jeux musicaux, basés sur le rythme et des accessoires. Cette tendance est symbolisée par l'éditeur Konami[288] à travers sa division Bemani. Le premier titre à sortir (en 1997) se nomme *Beatmania*. Il s'agit d'un jeu où le joueur a, à sa disposition, un contrôleur formé d'un tourne disque et de quelques boutons. Suivant les indications défilant à l'écran, sous forme de petites barres horizontales sur une simili portée musicale disposée à la verticale, il doit appuyer en rythme sur les boutons et/ou tourner le disque. Par la suite, l'éditeur sort sur le même principe de jeu, *Dance Dance Révolution*[289] qui se contrôle aux pieds grâce à un tapis[290], des titres basés sur des instruments à la manière de *GuitarFreaks*[291] (guitare), *DrumMania*[292] (batterie) ou *Keyboardmania*[293] (clavier). Si certains de ces jeux possèdent des musiques originales, d'autres contiennent des morceaux connus, ce qui constitue un atout supplémentaire, et une raison pour l'éditeur de sortir plusieurs versions d'un même jeu, mais avec une liste différente de musiques ou de chansons.

[286] Par exemple, si le joueur marche trop rapidement, le chien sera vite fatigué. Au contraire, s'il marche lentement, le chien tirera sur la laisse. Voir annexe machines ludiques p. 18.
[287] *Ibid.*
[288] Voir annexe sociétés p. 93.
[289] Voir annexe machines ludiques p. 19.
[290] Le tapis (qui peut être rigide) dispose de flèches qui servent d'indication aux joueurs. Ces derniers doivent marcher en rythme sur la bonne direction selon ce que lui indique le jeu.
[291] Voir annexe machines ludiques p. 19.
[292] *Ibid.*
[293] *Ibid.*

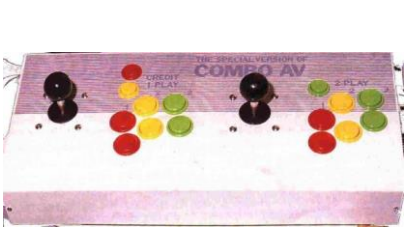
L'arcade à la maison

En dépit des problèmes conjoncturels qui touchent cette branche des jeux vidéo, l'arcade (bornes et jeux) exerce une certaine fascination. Les conversions des jeux d'arcade sur ordinateurs ou consoles se doivent être les plus fidèles possible à l'original, pour donner l'impression aux joueurs d'avoir « l'arcade à la maison », gage de qualités indéniables. Ce leitmotiv (l'arcade à la maison) est le moteur d'initiatives diverses de joueurs ou de professionnels qui visent à recréer l'ambiance des salles dans l'espace domestique.

S'il est loisible de s'acheter pour un usage personnel des bornes complètes, des utilisateurs, désireux de jouer à moindre frais sur une telle machine, optent pour une fabrication artisanale. Par conséquent, ils se confectionnent un meuble qui prend la forme d'une borne classique pouvant accueillir une télévision, ou un moniteur et une machine de jeu (une consoles ou une unité centrale d'ordinateur). Des sociétés se sont engouffrées dans ce créneau, et elles proposent à l'image de la compagnie Active et de son *Powercade*[294], une borne prête à l'emploi. Cependant, les prix sont bien souvent élevés[295].

Autres initiatives apparues aux débuts des années 1990, des machines domestiques qui fonctionnent avec des cartes JAMMA. Ces consoles d'arcade (illustration 2.5), portent le nom d'*Overgame Machine*, d'*Arcade System*, ou de *Combo AV*, et elles permettent de faire le lien entre la carte d'arcade et le téléviseur.

Illustration 2.5 : Consoles d'arcade





[294] Brisou (Mathieu), « Comme dans les salles… » dans *Tilt*, n° 93, septembre 1991, p. 34 col. 3.
[295] Le *Powercade* (le meuble et deux manettes seulement) coûte par exemple 3000 francs (457 euros). Le joueur doit ajouter son écran et sa machine de jeux.

Elles sont vendues aux alentours de 2000 francs[296] (305 euros), tandis que les titres sont proposés à des prix s'échelonnant entre 500 francs (76 euros) pour les plus anciens, à plusieurs milliers de francs. La grande faiblesse de ces appareils réside dans le prix des jeux, dont les nouveautés sont hors de portée d'une bourse d'un particulier.

Terminons par évoquer le projet *MAME* (*Multiple Arcade Machine Emulator*)[297], un émulateur[298] pour ordinateur *PC*, apparu en 1997. *MAME* a pour objectif de simuler (du point de vue logiciel) plusieurs types de cartes d'arcade[299]. Le joueur qui installe *MAME* sur son ordinateur, doit ensuite trouver les fichiers (*ROM*) des jeux pour l'utiliser. Les titres qui fonctionnent sur l'émulateur sont les versions originales, sans aucune modification, ce qui permet d'avoir l'arcade à la maison, par l'intermédiaire de son ordinateur[300].

[296] Par exemple, l'*Overgame Machine* est proposée à 1490 francs (227 euros), l'*Arcade System* pour sa part coûte moins de 2000 francs (305 euros).
[297] http://mamedev.org
[298] Voir lexique p. 7.
[299] Le but du logiciel est de faire marcher strictement, et le plus fidèlement possible les différents jeux. En conséquence, il ne possède pas d'option (comme d'autres émulateurs) pour améliorer les jeux, les faire fonctionner plus rapidement, ou pour introduire des codes qui permettent de tricher.
[300] Certains joueurs se confectionnent, comme nous l'avons mentionné ci-dessus, des bornes artisanales, dans lesquelles, ils y mettent l'unité centrale de l'ordinateur contenant ce logiciel *MAME*. L'émulateur permet alors, non seulement d'accéder à une large bibliothèque de jeux originaux, mais en plus de disposer de contrôles variés, allant de la manette pour console, aux dispositifs de contrôle typique de l'arcade (à base de *joystick*), en passant par divers périphériques dédiés (tapis de danse, instruments de musique).

2) Les consoles

a) 1972-1983 : les premières consoles

Comme nous l'avons expliqué dans le chapitre général, la console est une machine centrée uniquement sur le jeu, dont l'utilisation est très simple, car elle ne requiert aucunes compétences techniques, ou de savoir en informatique. Il s'agit du premier système de jeux vidéo à entrer dans les foyers, et bien souvent de la première expérience pour les individus, de l'interaction avec le poste de télévision. Deux générations de machines se succèdent entre 1972, date de la commercialisation aux Etats-Unis de la première console, et 1983, année où le secteur américain est touché par une importante crise[301]. Cette décennie se caractérise par la prédominance des entreprises américaines sur le matériel ludique, et sur cette nouvelle industrie en général.

Nous allons étudier ces deux premières générations, qui se composent de machines aux principes et aux fonctionnements distincts. La première comprend des systèmes appelés rétrospectivement « consoles *Pong* », parce que leurs logiciels ludiques sont basés sur le principe du jeu *Pong*. La seconde consiste en des consoles, qui possèdent des cartouches interchangeables, et plusieurs sortes de jeux.

La première génération de consoles

La première génération de consoles se constitue de machines techniquement simples, composées de circuits analogiques, de diodes, et de transistors. Elles ne possèdent ni processeur ni mémoire (morte ou vive[302]), et selon les modèles, elles ont la capacité ou non d'émettre des sons, d'afficher de la couleur, ou les scores des joueurs à l'écran. Ces consoles délivrent à peu de chose près les mêmes jeux, qui se

[301] Cette crise a un impact sur l'ensemble de l'industrie des jeux vidéo. Elle marque la fin d'une époque puisque les Japonais deviennent hégémoniques dans le secteur des consoles et de l'arcade, tandis qu'en France, l'ordinateur devient la principale machine de jeux jusqu'à la fin des années 1980. Voir p. 319.
[302] Voir lexique p. 9.

trouvent être des clones, ou des variantes du jeu Pong[303]. Surtout, elles ne font pas de différenciation entre le matériel et le logiciel[304]. Les appareils disposent intrinsèquement de tout ce qu'il faut pour produire les programmes ludiques. Si certains modèles utilisent des cartouches pour les différents jeux[305], ces dernières ne contiennent pas de composants ou de données informatiques[306].

En France, les consoles apparaissent probablement en 1974 avec la commercialisation de deux machines[307], qui sont l'*Odyssey* de l'entreprise Magnavox[308], et la *Videomaster Home TV Game* (modèle VM 577)[309] fabriquée par The Sales Team. Mentionnons aussi un troisième système nommé *Tele-Spiel* (modèle ES 2201), commercialisé par Philips en 1975[310]. Cependant, ces premières consoles passent inaperçues, et elles ne rencontrent pas de grands succès. Cet échec commercial peut s'expliquer par la nouveauté que représente le jeu vidéo, le manque de texte en français dans les jeux, mais surtout à cause de prix trop élevés, et d'une distribution hasardeuse.

---

[303] Les jeux possèdent des graphismes composés de lignes verticales ou horizontales, et de points ou de carrés lumineux. A partir de cette base, différents sports sont représentés (la majorité des logiciels ludiques de cette génération appartient au genre des jeux de sports). Toutefois, certaines consoles (de première génération) possèdent à la fin des années 1970, des graphismes plus élaborés.

[304] Le Diberder (Alain et Frédéric), *L'univers des jeux vidéo*, Paris, La découverte, 1998, 274 p. ; p. 21.

[305] Il arrive qu'une même cartouche serve à plusieurs jeux.

[306] Les cartouches de cette première génération de consoles n'ont pas de mémoire pour stocker les informations des programmes ludiques. Leur rôle se cantonne à régler la console, pour qu'elle puisse savoir ce qu'elle doit afficher à l'écran, et comment elle doit gérer les paramètres des jeux (et de la partie). Ces cartouches se composent de cavaliers qui viennent se connecter de différentes façons avec les circuits internes de la console, mais aussi en suivant la position d'un bouton de sélection, permettant aux joueurs de choisir la variante de jeu désirée.

[307] En raison du manque de documents et d'informations, nous ne savons pas précisément quelle est la première console commercialisée.

[308] L'*Odyssey* semble avoir été distribuée dans des proportions restreintes par la firme ITT Oceanic et Schaub-Lorenz. La particularité de cette machine est de proposer, pour pallier à ses limitations techniques, différents accessoires à intégrer alors des parties de jeu. Il y a ainsi des calques transparents à mettre sur l'écran de la télévision pour simuler des graphismes élaborés (motifs et décors en couleur), et des objets comme des jetons, des dés, des billets de banque, et différentes cartes à jouer. Nous n'avons pas réussi à trouver officiellement le prix de la console. Néanmoins, nous avons relevé une indication qui provient d'une inscription manuscrite sur un prospectus, retrouvé par le site Internet *Pong-Story*. Celle-ci indique « 890 francs les dix jeux ». Voir : annexe machines ludiques p. 20 ; http://www.pong-story.com/odypubfr.htm

[309] Voir annexe machines ludiques p. 21.

[310] *Tele-Spiel* peut se traduire par Télé-Jeu, Jeu-Télé ou Jeu-Vidéo. D'après une version de 2003 de l'article consulté sur le site *Pong-story.com*, il est indiqué que la firme française CEJI Arbois (spécialiste dans les jeux et les jouets) est probablement l'importateur dans l'hexagone de cette machine. Toutefois, cette mention disparaît suite à une mise à jour des articles de ce site Internet. La console *Tele-Spiel* est distribuée dans les grands magasins et les boutiques de jouets, pour un prix de 400 francs (61 euros). Ses cartouches (cinq au total) sont proposées, pour leur part, pour 45 francs (7 euros). Ces prix sont estimés dans un article de presse « très cher en regard de la simplicité du coût des composants électroniques qui constituent le système ». Pour son auteur, c'est donc un frein important au succès de la console. http://www.pong-story.com/spiel.htm

Les jeux vidéo se répandent dans les foyers français durant la seconde moitié des années 1970 (principalement à la fin de cette décennie), avec la commercialisation de consoles presque identiques à celles citées précédemment. Toutefois, elles présentent une évolution technique, qui leur permet de se propager rapidement (voire de façon anarchique). En effet, elles disposent de circuits intégrés regroupant sur une même puce toutes les informations indispensables au jeu et à son fonctionnement (nombre de jeux, réglage de la raquette, vitesse du jeu, affichage du score). C'est ce type de composant, appelée « *Pong in a chip* »[311], qui donne son nom et caractérise cette première génération de consoles.

Illustration 2.6: *Console Pong* Atari et de la famille SD



Les *Consoles Pong* se trouvent sous deux formes, avec d'un coté des machines ludiques que l'on peut qualifier de classique, et de l'autre, des kits qui doivent être assemblés par les utilisateurs. Pour les consoles *Pong* classiques, les plus communes, et les plus répandues en Europe appartiennent à différentes générations d'une même famille de système, connue sous la dénomination de *SD-50, SD-70 et SD-90*[312]. Elles sont distribuées par différentes sociétés[313], et celles qui remportent l'adhésion du public sont susceptibles d'être différentes d'un pays à l'autre. Quant aux kits, ils sont basés sur une puce comme le *AY-3-8500*[314]. Monter et fabriquer sa console dépasse le cercle du jeu vidéo. C'est une composante et une pratique, qui entre dans le cadre plus large d'une passion consacrée à l'électronique dans son

[311] « *Pong in a chip* » peut se traduire par *Pong* dans une puce.
[312] Ces machines sont probablement fabriquées à Hong-Kong par la société Soundic.
[313] Suivant les pays, les consoles proposées ne sont pas les mêmes. Il faut aussi noter qu'un même modèle peut, non seulement avoir un nom différent, mais aussi un distributeur différent.
[314] Il est possible de se procurer, soit le circuit intégré seul, soit un kit complet. Voir annexe machines ludiques p. 24.

ensemble. Elle amène ses passionnés à réaliser bien d'autres types d'appareils, sans relations avec le jeu vidéo[315].

Plusieurs firmes françaises commercialisent ce genre de consoles. Certaines construisent des machines basées autour de circuits de type *AY-3-8500* (et donc de fabrication entièrement française), tandis que d'autres vendent des clones issus des familles *SD-50*/*70*/*90*. Ces sociétés viennent d'horizons différents, et elles n'appartiennent pas obligatoirement aux secteurs de l'électronique ou du jouet. Par l'intermédiaire des sites Internet *Pong-Story* et *Old-Computers*, nous avons répertorié une quinzaine de modèles d'origine française qui viennent des entreprises Pizon Bros, Novoton, Saft Leclanché, Seb, Jouéclub, Rollet, Société occitane d'électronique, Stellar Electronique et Orelec[316]. Il faut souligner que durant notre période d'étude, cette génération de machines de salon est la seule à proposer des consoles venant de sociétés françaises. Par ailleurs, ces entreprises ne persévèrent pas dans le secteur du jeu vidéo.

Contrairement au marché américain où elles disparaissent à la fin des années 1970, les *consoles Pong* demeurent présentes sur le marché français (et européen) jusqu'en 1982-1983 (voire au-delà). Cette longévité s'explique notamment par la sortie tardive des machines de la génération suivante. Au milieu des nouvelles consoles, et des ordinateurs familiaux, les *consoles Pong* sont perçues comme des machines pour enfants[317], et d'initiation (à moindre frais) aux jeux vidéo.

La seconde génération de consoles[318]

La seconde génération de consoles apparaît aux Etats-Unis en 1976[319], et elle marque une importante évolution technique. En effet, elle se distingue de la première

[315] Les adeptes sont assistés par des magazines dédiés au sujet (l'électronique), qui publient des articles expliquant la manière et les procédures de montages. Nous avons également trouvé un ouvrage, *Réalisez des jeux sur récepteur TV*, spécialement destiné à la réalisation de *Consoles Pong*, qui présente essentiellement des schémas de montage et des explications techniques. Tavernier (Christian), *Réalisez des jeux sur récepteur TV*, Paris, Editions techniques et scientifiques françaises, 1979, 143 p.
[316] Voir annexe machines ludiques p. 25.
[317] « *Video Secam System* » dans *Tilt,* n° 8 novembre 1983, p. 125 col. 1.
[318] Voir tableau annexe machines ludiques p. 27.
[319] La première console de seconde génération se nomme *Channel F* (son premier patronyme est *Video Entertainment System)*, et elle est fabriqué par la société Fairchild Semiconductor. Elle rencontre peu de succès sur le marché américain, et elle n'est pas commercialisée en France. Voir annexe machines ludiques p. 26.

génération par des machines de jeux programmables qui fonctionnent avec un microprocesseur. Surtout, elles disposent de cartouches à base de mémoire morte, pour stocker les données des jeux. Ainsi, elle consacre la séparation du matériel et du logiciel[320], ce qui permet la réalisation de multiples jeux vraiment différents, et non plus seulement ceux prévus à l'origine dans le système. De plus, les nouvelles consoles sont plus abouties (techniquement) et plus puissantes, offrant des animations et des graphismes plus élaborés. Elles accueillent des logiciels dont le principe ludique de base est globalement la réalisation de meilleurs scores, mais aussi des jeux qui s'inspirent, ou qui sont des conversions de jeux d'arcade. En outre, certaines d'entre elles sont marquées par le développement de l'informatique personnel, puisqu'elles se voient doter de modules de programmation[321].

En France, plusieurs modèles de seconde génération sont commercialisés dans la première partie des années 1980. Nous allons voir les quatre principales machines ludiques avec d'un côté le système *Videopac* de Phillips, et de l'autre, trois consoles américaines (*VCS*, *Intellivision*, *Colecovision*). Ces trois consoles sont les véritables vedettes de cette génération, mais elles sont aussi pour notre étude, les dernières machines d'origine américaine à dominer le marché des consoles de jeux. Il faut également noter que ces appareils arrivent en France au moment où se développe l'informatique domestique. Ainsi, le marché français compte au début de la décennie 1980, un grand nombre de machines ludiques, avec des consoles de première et de seconde génération, et plusieurs modèles d'ordinateurs. Cette profusion explique, en partie, le succès plutôt mitigé de ces nouvelles consoles.

Philips *Videopac*[322]

Illustration 2.7: *Videopac C52*

[320] Herz (J.C), *Joystick Nation*, Little, Brawn and Compagny, USA, 1997, 240 p. ; p. 36.
[321] Ces modules transforment ces consoles en une sorte d'ordinateur aux fonctions très basiques. Cependant, ce type de périphérique qui donne aux consoles des facultés supplémentaires ne parvient pas à séduire le public, en raison de prix beaucoup trop élevés, et du manque d'appuis des constructeurs, qui pourtant les commercialisent.
[322] Voir annexe machines ludiques p. 27.



Si l'on se réfère au magazine *Tilt*[323], la première console de seconde génération à être commercialisée en France est la *Videopac C52* de Philips, sortie en 1980. Première machine d'une gamme *Videpoac*, elle a la particularité de disposer d'un clavier qui est mis à contribution dans certains jeux, sert à sélectionner des options, mais aussi à la programmation, puisqu'il est possible de s'initier au langage *BASIC*. Sa ludothèque comprend une centaine de titres que l'on peut répartir en trois catégories[324]. Pour *Tilt*[325], c'est dans les jeux éducatifs que le système se distingue particulièrement. Les consoles *Videopac* sont vues comme une gamme de consoles européennes capable de rivaliser avec les machines américaines. Elles sont dans l'ensemble appréciées pour leur esthétique et la possibilité de faire de la programmation[326]. Cependant, quelques défauts sont constatés comme la qualité des manettes de jeux[327], ou des programmes aux graphismes sommaires et aux scénarios pas toujours originaux[328]. Notons que la gamme *Videopac* termine sa carrière vers 1985, et que Philips transfère cette activité à sa branche française[329].

Atari *VCS*[330]

Illustration 2.8: Atari *VCS*

[323] « Match à cinq : les consoles vidéo » dans *Tilt*, n° 2, novembre/décembre 1982, p. 42 col. 1.
[324] Un premier type de cartouche comporte deux ou trois jeux simples, un second genre comporte un seul jeu mais beaucoup plus élaborés. Enfin, la troisième sorte de cartouche (appelée *Master Strategy*) fait appel à des éléments extérieurs (pion, plateau) qui font que la partie se déroule alternativement sur l'écran et à coté. Voir : Labaille (Louise), « *Banc d'essai* : aux commandes du *G7200* » dans *Tilt*, n° 3, janvier/février 1983, p. 39 col. 3 ; http://classicgaming.gamespy.com/View.php?view=ConsoleMuseum.Detail&id=13&game=12
[325] « Match à cinq : les consoles vidéo » dans *Tilt*, n° 2, novembre/décembre 1982, p. 43 col. 1.
[326] « 10 consoles de jeux vidéo : *Videopac C52* et *G7200* » dans *Tilt*, n°8, novembre/décembre 1983, p. 139 col. 3.
[327] « Match à cinq : les consoles vidéo » dans *Tilt*, n° 2, novembre/décembre 1982, p. 42 col. 2.
[328] « *Tilt journal* : *Vidéopac* Philips : envers et contre tous » dans *Tilt*, n° 22, juin 1985, p. 16 col. 1.
[329] Spéranza (René, directeur de la rédaction), *Le guide silicium des consoles de jeux vidéo anciennes 1971-2001*, Toulouse, Silicium Editions, 2007, 242 p. ; p. 132.
[330] Voir annexe machines ludiques p. 29.



La *VCS* est le système de jeu le plus populaire du début des années 1980, et la console la plus vendues avant la chute du marché américain des consoles en 1983. Le magazine *Tilt*[331] s'attache à présenter Atari comme le leader des jeux vidéo, et une entreprise solide, qui appartient à un grand groupe (Warner), possédant une expérience importante dans le divertissement. Le succès de la console provient essentiellement de sa ludothèque, composée des classiques des jeux d'arcade, de jeux d'aventure, mais aussi de jeux d'action et de record. Cette bibliothèque de programmes ludiques est jugée impressionnante, conséquente, et de qualité. Néanmoins, le manque de contrôle d'Atari par rapport à la qualité de certains jeux attendus (*Pac-Man*, *E.T.*) porte préjudice à la réputation de la console, et même aux jeux vidéo dans son ensemble. D'un point de vue général, la *VCS* et le nom Atari incarnent et symbolisent le jeu vidéo de cette époque. La console possède un certain « cachet » (niveau graphismes et bruitages) reconnaissable immédiatement, et elle contribue à la popularité des jeux vidéo et à l'établissement du marché des consoles. Cette machine voit également l'émergence des éditeurs tiers, de la pratique des licences pour les machines domestiques, et ses titres deviennent des classiques de la marque et même du secteur. Toutefois, son succès en France n'est pas aussi éclatant qu'outre Atlantique, notamment parce qu'elle est commercialisée tardivement, à partir de septembre 1981[332].

Mattel *Intellivision*[333]

[331] « Match à cinq : les consoles vidéo » dans *Tilt*, n° 2, novembre/décembre 1982, p. 43 col. 2.
[332] Aux Etats-Unis, la console est vendue à partir de 1977. De plus, cette commercialisation française intervient à un moment où le marché accueille de nombreux systèmes de jeux, et surtout où la machine amorce sur le marché américain son déclin commercial. Sa visibilité n'est donc pas aussi grande qu'escomptée, mais surtout, elle est fortement concurrencée par les ordinateurs, ainsi que par d'autres consoles. Cependant, il faut noter que la *VCS* poursuit sa carrière jusqu'au début des années 1990. Par exemple, 100 000 exemplaires sont vendus en 1989, et d'après *Tilt*, c'est la machine la plus vendue en France en 1990. Voir : annexe publicités p. 202 ; AHL, « Atari : l'artillerie légère » dans *Tilt*, n°81, septembre 1990, p. 105 col. 1.
[333] Voir annexe machines ludiques p. 30.

Illustration 2.9: Mattel *Intellivision*



La compagnie Mattel, spécialisée dans le jouet (connue notamment pour la poupée Barbie) se lance, à travers sa filiale Mattel Electronics, sur le marché des consoles de jeux vidéo de salon avec l'*Intellivision*[334]. Commercialisée en 1980 aux Etats-Unis, elle arrive en France en 1982. L'*Intellivision* est une console perçue lors de sa sortie comme une sérieuse concurrente d'Atari et de sa *VCS*[335]. Elle est plus avancée techniquement, ce qui laisse espérer des jeux de plus en plus proches des titres d'arcade. Sa ludothèque comporte un total de cent vingt-cinq cartouches[336] (commercialisées entre 1979 et 1990[337]). Elle est jugée comme vaste[338] et complète[339], couvrant un large champ de thèmes et de genres, même si la machine est reconnue et spécialisée dans les jeux de sports[340]. La principale qualité retenue par les commentateurs est d'ordre technique, car ce qui les impressionnent le plus, ce sont les graphismes délivrés par l'appareil[341]. Cependant[342], malgré un début prometteur, Mattel ne parvient pas à prendre l'avantage sur ses concurrents, et ne profite donc pas de l'avance technologique de sa machine. Si la ludothèque possède des qualités indéniables, elle manque, non seulement de jeux d'éditeurs tiers, mais aussi de titres forts, qui sont susceptibles à eux seuls d'attirer les joueurs. La firme ne soutient pas non plus efficacement sa console, puisqu'elle abandonne rapidement

---

[334] La console est nommée suivant un mot-valise formé à partir du terme *intelligent television* (television intelligente).
[335] « Match à cinq : les consoles vidéo » dans *Tilt*, n° 2, novembre/décembre 1982, p 44 col. 3.
[336] Ce nombre peut être plus important si l'on compte les jeux non commercialisés et ceux réalisés par des amateurs après l'arrêt de l'exploitation commerciale du système.
http://intellivisiongames.com/bluesky/people/askhal/askhal.html#A3
[337] http://www.gamasutra.com/view/feature/3653/a_history_of_gaming_platforms_.php?page=6
[338] « Match à cinq : les consoles vidéo » dans *Tilt*, n° 2, novembre/décembre 1982, p. 44 col. 3.
[339] Masson (Nicole), « *Intellivision* : une véritable centrale de jeux » dans *Tilt*, n° 1, septembre/octobre 1982, p. 56 col. 1.
[340] *Ibid.* p. 57 col. 1.
[341] La console offre la possibilité d'afficher des graphismes d'une grande finesse, avec des courbes presque parfaites, et surtout de se rapprocher, plus que les autres consoles, des jeux d'arcade. L'animation des jeux est également un élément qui retient l'attention. Dans son article dans le magazine *Tilt*, Nicole Masson exagère même son propos sur ce point, en allant jusqu'à parler d'une animation proche du dessin animé. *Ibid.* p. 56 col. 1.
[342] « 10 consoles de jeux vidéo : *Intellivision* » dans *Tilt*, n°8, novembre/décembre 1983, p. 128 col. 3.

par exemple, les divers périphériques pourtant présenter comme de grandes innovations.

Coleco *Colecovision*[343]

Illustration 2.10: *Colecovision*



C'est en août 1982 que la société Coleco lance sur le marché américain sa console de salon, la *Colecovision*. En Europe, la machine est distribuée à partir de juin 1983, par CBS Electronics[344] (filiale du groupe américain CBS), et elle est connue sous l'appellation de *CBS Colecovision*. Elle est considérée lors de sa commercialisation comme la console de jeux domestique la plus performante, surpassant d'un point de vue technique la *VCS* et l'*Intellivision*. Les journalistes sont immédiatement séduits par les possibilités de la machine (graphisme, son, et animation), qu'ils mettent en évidence dans leurs articles[345]. Ils louent notamment les jeux pour leurs décors soignés, variés, et d'une finesse jamais vue, les effets spéciaux dignes de l'arcade[346], les personnages qui rappellent le dessin animé, ainsi que des animations « spectaculaire »[347] et « remarquables »[348]. La ludothèque est également un point en faveur de la console. Elle est considérée comme équilibrée[349], avec des titres de genres différents (adresse, sport, stratégie) et de qualité[350]. Elle se compose principalement de programmes ludiques issus des salles d'arcade, et elle

[343] Voir annexe machines ludiques p. 32.
[344] *Tilt* parle aussi de CBS/Ideal Loisir. Delcourt (Guy), « *Actuel*, micro-économie : le grand chambardement » dans *Tilt*, n° 19, mars 1985, p. 23 col. 4.
[345] Elle est même perçue comme un appareil de troisième génération.
[346] « 10 consoles de jeux vidéo : *Coleco* » dans *Tilt*, n°8, novembre/décembre 1983, p. 137 col. 3.
[347] *Ibid.*
[348] *Ibid.* p. 138 col. 1.
[349] « 8 consoles : *Colecovision* » dans *Tilt*, n° 17, décembre 1984, p. 118 col. 3.
[350] « *Tilt journal* : et s'il n'en reste qu'une » dans *Tilt*, n° 21, mai 1985, p. 16 col. 2.

comporte un nombre plus restreint de jeux originaux[351] (par rapport à la concurrence). En outre, la *Colecovision* est la première machine à introduire dans cette branche du jeu vidéo, des périphériques qui étendent la possibilité du matériel, mais aussi le concept d'adaptateur pour jouer aux jeux d'un autre système.

Conclusion : Des consoles nombreuses mais techniquement limitées

Fruit d'un concept imaginé au début des années 1950, et dont la réalisation s'effectue dans la seconde moitié des années 1960, la console apparaît sous sa forme commerciale en 1972 aux Etats-Unis. Parallèlement à l'arcade naissante, qui propose des jeux vidéo dans les espaces publics, ce nouvel appareil ouvre, pour sa part, la voie à un marché domestique. Arrivée en France à partir de 1974, la première génération de machines est techniquement simple, et elle propose des jeux basés sur un même principe, celui du jeu *Pong*. Perçues comme un nouveau genre de jouets ou de jeux de société, ces consoles sont commercialisées en grand nombre par des entreprises qui proviennent de secteurs diverses, et non pas seulement issues du jouet, ou de l'électronique.

Avec l'arrivée des appareils de seconde génération, les consoles se dissocient des logiciels ludiques qu'elles intégraient auparavant en leur sein. Elles s'ouvrent à la pluralité, avec des titres stockés sur des cartouches, qui contiennent tout le programme nécessaire au jeu. De nouveaux genres font ainsi leur apparition, et le joueur peut se constituer une ludothèque de plusieurs titres, tout en gardant une même machine. Cette époque est dominée par la firme Atari, qui incarne pour le public le jeu vidéo, et représente la réussite de ce nouveau secteur en pleine expansion. La console de la marque (la *VCS*) domine les débats, en s'adjugeant les faveurs des joueurs grâce aux adaptations des jeux d'arcade les plus populaires. Avec la *VCS*, les consoles les plus plébiscitées sont l'*Intellivision* de Mattel, et la *Colecovision* de Coleco. Toutefois, aux côtés de ces machines phares, on note la

[351] Ce trait particulier de la ludothèque découle de la politique de Coleco, qui s'attache à licencier les jeux d'arcade encore libre de droits (qui ne sont donc pas achetés par ses concurrents directs, Atari et Mattel). Il est à noter que l'entreprise est amenée à nouer des relations avec des firmes comme Universal, mais surtout avec les entreprises japonaise Sega, Nintendo ou Konami.
http://classicgaming.gamespy.com/View.php?view=ConsoleMuseum.Detail&id=24&game=8

présence en France, d'autres systèmes comme la *Vectrex*[352], ou plusieurs consoles d'origine asiatique. Par rapport à la précédente génération, le marché compte moins de références, et celles-ci sont vues plutôt comme des jouets, ou comme un objet lié à l'informatique. D'ailleurs, la console lorgne de plus en plus du côté des micro-ordinateurs, avec la sortie de modules de programmation.

Dans l'hexagone, les consoles *Pong* demeurent plus longtemps sur le marché, en raison de la sortie tardive des consoles de seconde génération, qui sont concurrencées dès leur arrivée par les ordinateurs personnels. Ainsi, leur succès n'est pas aussi important qu'il aurait pu l'être. D'autre part, avec la crise qui s'abat sur le secteur en fin d'année 1983, et l'effondrement du marché américain, l'exploitation des trois consoles américaines sur le territoire nationale est affectée, voire écourtée. Les acteurs de l'industrie et les joueurs se tournent vers le micro-ordinateur, qui devient une plate-forme ludique de choix. Les consoles n'ont plus les faveurs du public, et elles deviennent des systèmes de jeux de second plan. Alors que la France, et plus généralement l'Occident, s'engouffre dans l'informatique de loisir, le Japon connaît une situation différente. En effet, sur le marché japonais, une console, la *Famicom* (*Nes* en France) de Nintendo, rafle tous les suffrages. De cette manière, ce type de système de jeux se développe, et il domine le marché des jeux vidéo. Ainsi, les consoles deviennent (au Japon) les principales machines ludiques domestiques.

[352] Cette console a la particularité de posséder un écran intégré, et de proposer des graphismes vectoriels. Voir : annexe machines ludiques p. 33 ; lexique p. 7.

b) 1983-1994 : l'ère des consoles japonaises

Cette seconde phase du jeu vidéo sur console se caractérise par la prise de contrôle, et une domination des entreprises japonaises, aussi bien du côté du matériel ludique que des logiciels. Surtout, elle est marquée par le retour en grâce des consoles, auprès des joueurs occidentaux, sous l'impulsion des marques Nintendo et Sega[353]. Ces deux entreprises font de ce type de système, à nouveau un objet ludique de choix.

Cette nouvelle ère pour les consoles de jeux se compose de deux familles de machines. D'une part, la troisième génération, avec les consoles 8 bits, et d'autre part, à l'aube des années 1990, la quatrième génération, avec les consoles 16 bits. Remarquons que c'est durant cette période que les familles de console, et la puissance des machines commencent à être définis suivant le nombre de « bits »[354] traités par le microprocesseur[355]. Ces deux générations se singularisent par l'antagonisme entre Sega et Nintendo, qui anime, non seulement le marché des jeux vidéo, mais aussi la ferveur des joueurs. Par rapport aux appareils précédents, elles ne représentent pas de révolution. Elles ne sont qu'une évolution technique, qui apporte toujours plus de puissance, et de perfectionnement à ce genre de systèmes. La cartouche demeure le principal moyen de stocker les données des jeux, malgré quelques essais avec d'autres supports comme la disquette, des cartes[356], ou même le CD-ROM. Ainsi, les modèles 16 bits incarnent le dernier stade d'avancements

[353] Nintendo est en quelque sorte à l'origine de la « réintroduction » des consoles en Occident, en voulant exporter sa machine de jeux aux Etats-Unis, puis en Europe, suite à son succès sur le marché japonais. En Amérique, ce retour a lieu au milieu des années 1980, tandis qu'en Europe et en France, il faut attendre la fin de cette même décennie.

[354] Voir lexique p. 5.

[355] La valeur mise en exergue par les journalistes et les constructeurs n'est que purement indicative (mais aussi commerciale), et finalement elle ne veut pas dire grand chose. La façon dont la presse utilise le terme, amène les lecteurs à penser que plus le chiffre est grand, plus le processeur est performant, et plus la machine qui le possède est puissante, et donc plus à même d'avoir les meilleurs jeux. C'est un postulat très simple, qui finit par ne plus prendre en compte la réalité de l'informatique et la complexité des avancées technologiques. En effet, d'autres facteurs et d'autres composants entrent en jeu pour évaluer les performances globales et la puissance d'une architecture informatique. Les comparaisons des générations de console sur cet indice se tiennent plus ou moins jusqu'à l'ère des consoles 32 bits. La sixième génération connue pour celle des consoles 128 bits est la dernière à utiliser cette indication. Précisons qu'en réalité, ces machines 128 bits ne possèdent pas réellement de processeur 128 bits. Par exemple, la *Playstation 2* dispose d'un processeur 64 bits, tandis que la *Xbox* a un processeur 32 bits. Cependant, l'appellation 128 bits est gardée parce que ces processeurs sont optimisés pour effectuer des calculs, traiter et échanger des informations avec des registres mémoires ou des bus de données (sorte d'autoroute) d'une largeur « de 128 bits ».

[356] Le format de ces cartes est de type « carte de crédit ».

technologiques des consoles à multiples cartouches, apparues avec la *Faichild Channel F* et la *VCS* d'Atari (dans la seconde moitié des années 1970).

Ces deux familles de consoles inaugurent également un découpage strict du marché en zone (notamment Japon, Etats-Unis, Europe). Sauf exception, et pour des raisons économiques, le matériel ludique et les jeux des différentes régions sont rendus incompatibles entre eux[357]. En outre, les jeux sont affectés par leur adaptation aux standards vidéo en vigueur en Europe, qui fonctionne avec un signal en 50 Hz, et un codage aux normes PAL ou SECAM. Par rapport aux versions japonaises et américaines (en 60 Hz, et au standard NTSC), les versions européennes sont légèrement ralenties, et l'image est affublée de deux bandes noires de chaque côté de l'écran (en haut et en bas). Ces deux éléments deviennent communs au secteur du jeu vidéo sur console, puisqu'ils touchent aussi les deux générations suivantes (de consoles). Notons qu'ils provoquent le mécontentement des joueurs les plus passionnés (et même parfois des journalistes), qui se sentent lésés par ces limitations.

Notre étude s'organise autour de ces deux générations de consoles, avec en priorité un intérêt pour les systèmes de Nintendo (*Nes*, puis *Super Nintendo*) et Sega (*Master System*, puis *Megadrive*), qui sont les plus importants. Toutefois, nous mentionnerons l'existence d'autres consoles, dont certaines ont connu un succès commercial mitigé, mais qui disposent d'une reconnaissance auprès des joueurs fanatiques[358].

Les consoles 8 bits[359]

Les consoles 8 bits sont des systèmes de jeux techniquement simples. Lorsqu'elles sont lancées dans les commerces français, elles ne sont pas à la pointe de la technologie, notamment en comparaison des ordinateurs familiaux, qui

[357] Cette restriction est rendue possible par l'ajout de puces de protection dans les consoles et leurs jeux. Son origine remonte à l'établissement de Nintendo aux Etats-Unis, qui instaure ce type de protection, en plus de changer l'apparence de son système et la forme des cartouches. Le but de l'entreprise est de se prémunir de l'importation parallèle (légal en Amérique) de consoles et de jeux japonais, mais aussi de la commercialisation de logiciels ludiques sans la licence obligatoire qu'elle instaure.

[358] Nous expliquons ce terme de « joueurs fanatiques » dans un paragraphe dédié à ce genre de joueurs. Voir p. 417.

[359] Voir tableau annexe machines ludiques p. 34.

représentent alors la machine de référence des joueurs de l'hexagone. Cependant, elles proposent de nouveaux types de programmes ludiques, et elles se montrent plus performantes dans certains genres (de jeux), en raison de leur optimisation pour le jeu, et du savoir-faire des concepteurs japonais. De plus, leurs jeux sont en plein écran, et le support cartouche (contrairement à la disquette) permet de ne pas avoir de temps de chargement durant la partie. Ainsi, ces consoles attirent l'attention et l'intérêt des joueurs, et elles deviennent une alternative crédible aux ordinateurs[360]. Signalons également que la situation en Europe diffère de celle du Japon et des Etats-Unis, où Nintendo sort sa console en premier, impose son leadership, et domine le secteur sans partage. Sur le Vieux Continent, le marché des consoles connaît une compétition plus âpre, en raison du lancement des produits ludiques de Sega, au même moment que ceux de Nintendo.

Nintendo : Nintendo Entertainment System (NES)[361]

Illustration 2.11: *NES*



La *NES* est lancée au Japon en juillet 1983, dans l'indifférence de la presse spécialisée française[362]. Un magazine comme *Tilt*, ne fait mention de son existence qu'au moment de sa présentation en janvier 1985, lors du salon américain CES[363]. La console arrive en France, après les Etats-Unis (février 1986) et avec un léger retard[364], à la « rentrée » 1987[365]. Elle est distribuée dans un premier temps par

[360] C'est une alternative, aussi bien en terme de jeux vidéo, qu'en terme de coût d'équipement, puisque les consoles sont vendues moins chères qu'un ordinateur. Toutefois, il faut remarquer que les jeux sur cartouches, sont plus onéreux qu'un titre pour ordinateur (qui se trouve sur disquette).
[361] Voir annexe machines ludiques p. 34.
[362] Pour expliquer le silence de la presse dédiée aux jeux vidéo, nous pouvons indiquer que celle-ci est, à cette époque, davantage tournée vers les Etats-Unis qui représentent le premier pays du jeu vidéo. Surtout, la barrière de la langue fait que les informations en provenance du Japon ne sont pas accessibles à la plupart des magazines.
[363] Le ton du reportage est plutôt enthousiaste envers la console, ses capacités techniques, et les jeux vus en démonstration. Le journaliste souligne « qu'à l'heure où tout le monde avait déjà enterré les consoles, les Japonais relèvent le défis, avec des arguments de poids ». « *Carte postale* : Las Vegas *blues* » dans *Tilt*, n° 19, mars 1985, p. 80 col. 1.
[364] Ce retard affecte l'exaltation pour le système de jeux, que peut avoir un magazine comme *Tilt*. A quelques reprises, il y a des commentaires qui traduisent une certaine inquiétude. En novembre 1985, dans un article

l'entreprise ASD[366] ou Audio Sound System (donc ASS)[367], puis au début de l'année 1988[368], Nintendo confie ses produits à Bandai (spécialiste du jouet). La *NES* est une machine qui marque son temps de son emprunte. Elle rencontre un succès sur le plan mondial, et elle popularise le nom de Nintendo auprès des joueurs et du grand public. La société construit son succès autour d'une politique commerciale novatrice, basée sur deux points. D'une part, la console est proposée à un prix plutôt attractif, afin de servir de produit d'appel, sur lequel l'entreprise ne gagne pas ou peu d'argent. L'essentiel des bénéfices est alors réalisé sur la vente des jeux. D'autre part, Nintendo crée un écosystème où la firme garde une mainmise sur tout ce qui se fait pour sa machine ludique (notamment contrôles des éditeurs tiers, et de la production des jeux).

Le triomphe de la console provient du savoir-faire de Nintendo, qui donne aux jeux un style propre et inimitable, et au soutien des éditeurs tiers. Les joueurs sont séduits par une ludothèque hétérogène composée de titres innovants et intéressants[369] dont certains deviennent, non seulement des classiques de Nintendo (*Mario*, *Zelda*), mais aussi du jeu vidéo en général[370]. Elle permet également l'émergence d'une production vouée à la marque et à la console comme des

---

consacré aux consoles de jeux, il est dit que « Nintendo avait tout pour réussir il y a six mois ». La publication rappelle que la firme japonaise voulait originellement sortir son produit en juin 1985 en Europe, mais qu'elle a changé ses intentions, pour se concentrer d'abord sur les Etats-Unis. Ce retard est synonyme de difficultés supplémentaires pour l'auteur de l'article, car le marché européen est tourné vers le micro-ordinateur ludique et familial, et il est moins ouvert aux consoles de jeux que le territoire américain. Avec le manque d'informations données aux médias par Nintendo, *Tilt* parle « d'arlésienne », et le magazine va même jusqu'à douter d'une sortie européenne, dans un sujet de septembre 1986. Voir : « *Tilt journal* : le retour des consoles ? » dans *Tilt*, n° 26, novembre 1985, p. 20 col. 2 ; *Ibid.* col. 3 ; « *Cher Tilt* » dans *Tilt*, n° 32, juin 1986, p. 72 col. 1 ; Meistermann (Nathalie), « *The consumer electronics show* » dans *Tilt*, n° 34, septembre 1986, p. 72 col. 1.

[365] *Tilt* publie le banc d'essai de la console dans son numéro de septembre 1987. Brisou (Mathieu), « *Banc d'essai* : *Nintendo Entertainment System* » dans *Tilt*, n° 45, septembre 1987, p. 92.

[366] *Ibid*. p. 94 col. 1.

[367] Cette entreprise, créée en 1981 et dirigée par Patrick Lavanant, est spécialisée tout d'abord dans la distribution de matériel hi-fi puis, à partir de 1984, elle entre dans la micro-informatique familiale en s'occupant des logiciels de la société française Loriciels. Ichbiah (Daniel), *Bâtisseurs de rêve : enquête sur le nouvel eldorado des jeux vidéo*, Paris, First Documents, 1997, 430 p. ; p. 140.

[368] Delalandre (Jean-Philippe), « Las Vegas, un coup de *joystick* dans le sable » dans *Tilt*, n° 52, mars 1988, p. 19 col. 1.

[369] C'est par exemple le cas du jeu *Super Mario Bros*, qui définit indubitablement le genre plate-forme.

[370] Certains genres de jeux vidéo se sont d'ailleurs développés, ont pris forme, ou sont simplement apparus sur ce système, et il en est de même pour de nombreuses franchises parmi les plus reconnues de l'industrie et des joueurs comme *Dragon Quest*, *Final Fantasy*, *Castlevania*, *Megaman*, ou *Metroid*. Voir annexe jeux p. 117, 121, 108, 136 et 137.

accessoires[371], des magazines, des livres, ainsi que des séries animées ou des films. De même, la *NES* est reconnue pour avoir joué un rôle dans le développement de la musique de jeux vidéo[372]. Cependant, dès son lancement, la console a des points faibles qui viennent la désavantager. Ses performances techniques demeurent en deçà de la concurrence[373], et surtout les prix pratiqués (jeux ou console) sont estimés comme excessifs[374]. De plus dans l'hexagone, la console manque de jeux et de nouveautés car sa ludothèque n'est pas approvisionnée suffisamment et assez rapidement. Enfin, il faut noter qu'en France, en raison de la présence de Sega et des ordinateurs familiaux, la console ne dispose pas d'une aura aussi mythique qu'au Japon et aux Etats-Unis.

Sega : Master System[375]

Illustration 2.12: *Master Sytem*



Le système de jeu de Sega est officiellement disponible en France en juillet 1987[376] (disponible réellement dans les commerces en septembre[377]). Sa distribution est assurée par une société du nom de Master Games Système France[378], avant d'être reprise en septembre 1988[379], par l'entreprise Virgin (qui semble devenir le seul distributeur de la marque en Europe). La *Master System* est une console qui séduit les journalistes et les joueurs par ses compétences techniques. Elle rivalise,

[371] Nous pouvons notamment citer pour l'occident, le *Power Glove*, un gant sensé permettre la manipulation des jeux (qui au final ne marche que très mal) ou bien encore le *Miracle*, un synthétiseur se brancher à la console et permettant une initiation à la musique et au solfège.
[372] Voir p. 581.
[373] Brisou (Mathieu), « *Banc d'essai* : *Nintendo Entertainment System* » dans *Tilt*, n° 45, septembre 1987, p. 96 col. 3.
[374] *Ibid.* p. 107 col. 3.
[375] Voir annexe machines ludiques p. 37.
[376] Brisou (Mathieu), « *Banc d'essai* : Vivre et laisser mourir ? » dans *Tilt*, n° 43, juin 1987, p. 78 col. 2.
[377] « Les grands choix 88 : Sega/Nintendo : le match » dans *Tilt*, n° 48, jeux et micro : le guide 88, p. 114 col. 1.
[378] « Publicité Sega» dans *Tilt*, n°47, novembre 1987, p. 45.
[379] M.B, « 15/15 : Sega : changement et continuité » dans *Tilt*, n° 58, octobre 1988, p. 31 col. 3.

dans le domaine du jeu, avec certains ordinateurs ludiques, grâce à ses titres techniquement plus aboutis. *Tilt* est par exemple frappé par les graphismes « fins »[380], les couleurs « stables et lumineuses »[381] ou bien encore une animation irréprochable (et des « scrollings parfaits »[382]).

Par rapport à sa concurrente directe, la *NES* de Nintendo, la console de Sega se démarque favorablement sur plusieurs éléments. Toute d'abord, en raison de sa conception (techniquement plus récente), elle délivre des performances (graphismes, sonores) globalement meilleures que sa consœur[383]. Surtout, Sega se démarque par des prix en deçà de ceux pratiqués par Nintendo, et par une bibliothèque de jeux jugée de « meilleure qualité »[384]. La *Master System* dispose d'un nombre plus important de titres[385] (ces derniers arrivent plus rapidement dans l'hexagone), mais aussi de genres plus hétéroclites[386]. Elle est ainsi remarquée pour ses jeux d'arcade, de sport, et ses jeux de rôle (genre absent en France sur la *NES*). Avec ce système, Sega dont le nom est plus ou moins familier du public grâce à ses jeux d'arcade, accède à une nouvelle dimension, en se faisant connaître du plus grand nombre. La firme entre dans l'esprit des joueurs, et sa résistance face à Nintendo marque la première étape de son affrontement avec son concurrent[387].

Les consoles 16 bits[388]

Les consoles de la génération 16 bits apparaissent au début des années 1990. Elles marquent une légère évolution technique par rapport aux systèmes de jeux 8 bits. Néanmoins, le fossé entre les deux générations est suffisamment significatif,

[380] Brisou (Mathieu), « *Banc d'essai* : Vivre et laisser mourir ? » dans *Tilt*, n° 43, juin 1987, p. 79 col. 2.
[381] *Ibid.* col. 1.
[382] *Ibid.* col. 2.
[383] « 8 bits : le duel….Sega/Nintendo » dans *Tilt*, n° 81, septembre 1990, p. 106 col. 1.
[384] « Les grands choix 88 : Sega/Nintendo : le match » dans *Tilt*, n° 48, jeux et micro : le guide 88, p. 115 col. 3.
[385] « 8 bits : le duel….Sega/Nintendo » dans *Tilt*, n° 81, septembre 1990, p. 106 col. 2.
[386] *Ibid.* p. 107 col. 2.
[387] En terme de chiffres, en France, Virgin (Sega) tient ainsi tête à Nintendo (Bandai) en réalisant, par exemple, un chiffre d'affaire en 1988 de 50 millions de francs (762 245 euros) contre 60 millions de francs (914 694 euros) pour Bandai (Nintendo). En nombre de console, Sega parvient sur cette même année à écouler selon les sources 27 000 ou 40 000 *Master System*. A l'été 1991, la France compte 500 000 consoles Sega contre un peu plus d'un million pour celle de Nintendo. Voir : Ichbiah (Daniel), *Bâtisseurs de rêve : enquête sur le nouvel eldorado des jeux vidéo*, Paris, First Documents, 1997, 430 p. ; p. 141 ; Spéranza (René, directeur de la rédaction), *Le guide silicium des consoles de jeux vidéo anciennes 1971-2001*, Toulouse, Silicium Editions, 2007, 242 p. ; p. 144 ; « Dossier consoles :*Sega Master System* » dans *Player One*, n° 11, juillet/août 1991, p. 76 col. 4 et p. 78 col. 1.
[388] Voir tableau annexe machines ludiques p. 42.

notamment en ce qui concerne les graphismes et les animations des jeux, pour intéresser les joueurs et les industriels, et les pousser à adopter les nouvelles machines ludiques[389]. Cette époque demeure dans la continuité de la précédente, et elle n'est pas le théâtre de grands bouleversements. Elle voit l'arrivée (en leur nom) des constructeurs Sega et Nintendo en France. Le premier reprend les activités de Virgin à partir de juin 1991[390], tandis que Nintendo crée sa filiale française en mars 1993[391]. En outre, elle est marquée par le développement de l'importation parallèle des produits ludiques américains, et surtout japonais[392]. Enfin, la génération 16 bits des jeux vidéo sur console est le point culminant de l'affrontement entre Sega et Nintendo.

Sega : *Megadrive*[393]

Illustration 2.13: *Megadrive*



La *Megadrive* est une console qui est commercialisée en France officiellement à partir de septembre 1990[394]. Toutefois, en raison de l'importation parallèle pratiquée par les magasins spécialisés, la console est disponible dans sa version japonaise, bien avant cette date. L'accueil critique réservé à la *Megadrive* est dans l'ensemble bon, comme pour la plupart des machines ludiques importantes. Les commentateurs s'émerveillent du côté technique de l'appareil, et ils apprécient son apparence jugée

[389] Les joueurs sont amenés (et invités) à délaisser leurs anciennes consoles, au fur et à mesure que la production se portent sur les nouveaux systèmes de jeux. Le désir d'avoir une de ses nouvelles consoles est aussi renforcé par le côté technique des jeux (particulièrement les graphismes), qui se montrent plus aboutis que ceux de la génération précédente.
[390] Ichbiah (Daniel), *Bâtisseurs de rêve : enquête sur le nouvel eldorado des jeux vidéo*, Paris, First Documents, 1997, 430 p. ; p. 144.
[391] Bandai reste dans le secteur du jeu vidéo car il est le distributeur officiel des produits des firmes Capcom, Konami, Titus, Loriciel, Tradewest. D'autre part, à cette occasion, Patrick Lavanant quitte Bandai pour la concurrence, en devenant le directeur général de Sega France. « *News, télex*, Bandai/Nintendo : le divorce » dans *Console +*, n° 19, avril 1993, p. 40 col. 2 et 3.
[392] Voir p. 396.
[393] Voir annexe machines ludiques p. 43.
[394] « La guerre des consoles : 16 bits : la guerre totale » dans *Tilt*, n° 81, septembre 1990, p. 111 col. 3.

« agréable »[395] ou « audacieux qui évoque irrésistiblement un lecteur de compact disc »[396] (et donc lui conférant « un air high tech »[397]).

La *Megadrive* est une console qui possède une ludothèque axée sur les titres Sega et l'arcade (comme la *Master System*), mais nous pouvons noter aussi la présence de grands éditeurs tiers comme Konami, Capcom, Namco ou Bandai. Une compagnie telle Electonic Arts décide même de soutenir davantage Sega que Nintendo[398]. Le succès passe de plus, par la création d'une mascotte répondant au nom de Sonic, qui incarne la marque, la console, et vient rivaliser avec le personnage de Mario. Le jeu la mettant en scène se nomme *Sonic the hedgehog*[399]. La machine possède également de nombreux périphérique comme un lecteur de CD-ROM (le *Mega CD*) ou bien encore le *32X*, une sorte d'adaptateur qui rehausse les capacités de la console. En Europe, la console 16 bits de Sega réalise une bonne percée[400], comparable à celle accomplie auparavant par la *Master System*, même si la France est une terre davantage acquise à Nintendo[401]. Néanmoins, il faut noter que Sega marque l'esprit du public français avec ses campagnes publicitaires, comme celles qui mettent en scène un « punk » venant se confronter aux jeux de la *Megadrive*. Il en est de même pour son « maître Sega » et surtout l'un de ses slogans : « Sega c'est plus fort que toi ».

Nintendo : *Super Nintendo*[402]

Illustration 2.14: *Super Famicom/Nintendo*

[395] Robby, « *Stop info* : la *Megadrive* de Sega » dans *Player One*, n° 1, septembre 1990, p. 14 col. 1.
[396] Brisou (Mathieu), Huyghes-Lacour (Alain), « *Tilt journal* : consoles 16 bits : Sega attaque » dans *Tilt*, n° 64, mars 1989, p. 29 col. 1.
[397] *Ibid.*
[398] Ichbiah (Daniel), *Bâtisseurs de rêve : enquête sur le nouvel eldorado des jeux vidéo*, Paris, First Documents, 1997, 430 p. ; p. 147.
[399] Le jeu possède une action rapide afin de mettre en exergue les capacités techniques de la console, notamment en terme d'animation. Voir annexe jeux p. 150.
[400] En mars 1991 en Europe, la part de marché de Sega est de 59% contre 40% pour Nintendo. Ichbiah (Daniel), *Bâtisseurs de rêve : enquête sur le nouvel eldorado des jeux vidéo*, Paris, First Documents, 1997, 430 p. ; p. 144.
[401] En 1993, Sega détient en France 40% de part de marché. *Ibid.* p. 151.
[402] Voir annexe machines ludiques p. 44.



Les journalistes français se passionnent pour la *Super Nintendo*, avant même la sortie japonaise et les tests de la console. Les informations distillées par la société suffisent à leur donner grand espoir et à susciter un désir certain. C'est plus précisément les possibilités de la console en terme d'image qui impressionnent les commentateurs[403]. La *Super Nintendo* est présentée comme la nouvelle référence commerciale et technique[404], dont l'avenir est assuré à la vue des ventes japonaises, mais aussi en raison des titres annoncés par les éditeurs[405]. Elle est perçue comme la machine que les joueurs se doivent de posséder, afin d'accéder à ce qui se fera de meilleur dans le jeu vidéo. D'autre part, les comparaisons avec sa principale concurrente, la *Megadrive* de Sega[406], aboutissent à sa suprématie[407].

Elle est commercialisée en France à partir du 3 avril 1992. Sa ludothèque se positionne dans la continuité de celle de la *NES* avec des titres éclectiques, qui peuvent contenter un large public. Elle fait la part belle, aussi bien aux nouvelles franchises, qu'aux suites de jeux célèbres. La console est en outre connue pour sa large gamme de jeux de rôle, dont le genre rayonne véritablement, et fait rêver de nombreux joueurs. Soulignons qu'en France, les mêmes problèmes qu'au temps de la *NES* affectent la distribution des jeux de la *Super Nintendo* (peu de sortie, délais importants, genres ou jeux attendus par les joueurs et la presse mais qui ne sont jamais officiellement commercialisés).

---

[403] Grâce à la présence de co-processeurs, la *Super Nintendo* est capable d'étirer l'image, d'effectuer des rotations et des zooms, sans requérir à la programmation. Il suffit aux développeurs de faire appel à la puce voulue pour avoir l'effet désiré. La guerre des consoles : 16 bits : la guerre totale : encart : la *Super Famicom* » dans *Tilt*, n° 81, septembre 1990, p. 112 col. 2.

[404] Banana San, « *Megadrive Super Famicom* : le match des titans » dans *Consoles + HS Tilt*, décembre 1990, p. 9 col. 2.

[405] Huyghues-Lacour (Alain), « *Banc d'essai* : *Super Famicom* : une belle qui se fait désirer » dans *Tilt*, n° 87, février 1991, p. 84 col. 4.

[406] Banana San, « *Megadrive Super Famicom* : le match des titans » dans *Consoles + HS Tilt*, décembre 1990, p. 8.

[407] *Ibid.* p. 9 col. 3.

Succédant à la *NES*, la *Super Nintendo* est une console qui perpétue le succès et la domination de la marque, en s'imposant sur l'ensemble des marchés où elle est commercialisée. Toutefois, si au Japon son implantation est triomphale, balayant les machines adversaires sans problème, la situation est différente aux Etats-Unis et en Europe, où la concurrence de la *Megadrive* de Sega est plutôt vive. Sortie bien avant la console de Nintendo, la machine de Sega prend de l'avance, et elle dispose logiquement, lors du lancement de la *Super Nintendo*, d'une base installée et d'une ludothèque plus importante. Pour le joueur, le choix entre ces deux consoles, se fondent avant tout sur son affinité avec l'une des deux marques, mais aussi par rapport aux jeux disponibles. La *Super Nintendo* est la dernière machine, durant notre période d'étude, avec laquelle Nintendo domine le marché des consoles de salon[408].

Les autres consoles

Nous venons de voir les quatre consoles des deux constructeurs principaux du secteur durant cette période. Si la majorité des joueurs orientent leur choix vers ces systèmes, il existe plusieurs autres machines ludiques disponibles sur le marché. Nous pensons notamment à quatre systèmes ludiques en particulier, qui apparaissent en France au début des années 1990. Deux d'entre eux, l'*Atari 7800*[409] et l'*Amstrad GX4000*[410] (version console de l'ordinateur *CPC 6128 plus*) ne rencontrent que peu de succès. Surtout, ils sont la risée de la presse spécialisée en raison de leurs jeux médiocres ou datés. Les deux autres systèmes sont d'origine japonaise, et ils sont distribués en France par des sociétés qui appartiennent aux frères Guillemot, fondateurs, entre autre, de l'éditeur et développeur français Ubisoft[411]. Ces deux consoles connaissent un succès commercial d'estime, mais elles acquièrent une bonne réputation auprès des joueurs et de la presse. La première est la console de Nec dénommée *PC Engine*[412] (apparenté 8 bits). Elle est appréciée pour ces jeux à l'ambiance japonaise (notamment ses *shoot'em'up*[413]), et

[408] Par rapport à la période précédente (console 8 bits), on peut d'ailleurs noter un léger recul de la main mise de Nintendo sur le secteur (concurrence plus importante, assouplissement du système de contrôle de la production).
[409] Voir annexe machines ludiques p. 40.
[410] *Ibid.* p. 41.
[411] Voir annexe sociétés p. 95.
[412] Voir annexe machines ludiques p. 38.
[413] Voir p. 279.

elle est aussi la première console à avoir un lecteur de CD-ROM, et à utiliser pleinement les possibilités du CD. La seconde est la *Neo Geo*[414] de SNK (apparenté 16 bits). C'est une machine ludique de la démesure, aussi bien en terme technique, d'aspect, qu'au niveau des prix pratiqués, extrêmement prohibitifs[415]. Elle est surnommée la « Rolls des consoles », et son credo est de proposer des jeux identiques aux jeux d'arcade de l'entreprise. Au fil des années, elle apparaît comme spécialisée dans les jeux de combat.

Conclusion : le renouveau des consoles via les constructeurs japonais

Cette période des jeux vidéo sur console est synonyme de restructuration, de reconquête, et de redémarrage. Sous domination et influence japonaise, ce type d'appareil se relève de la crise dont il avait souffert précédemment, et il regagne le cœur des joueurs. C'est le moment où Nintendo devient synonyme de jeux vidéo pour une partie du grand public, et où l'entreprise s'affirme comme le fabricant leader du secteur sur un plan mondial. En France, c'est particulièrement au début des années 1990 que le public recommence à s'intéresser massivement à ce type de systèmes. Face aux ordinateurs de jeux, les nouvelles consoles offrent une alternative uniquement ludique, plus simple d'utilisation[416], et elles sont faites pour des titres « instantanés » (action, plate-forme, arcade). Les joueurs apprennent à connaître de nouvelles marques, de nouveaux noms, et des nouvelles franchises. Surtout, ils sont le théâtre et la cible de la « guerre » que se livre Nintendo et Sega. Le cycle se termine avec des tentatives de coupler les consoles aux CD-ROM, et de proposer des machines avec des fonctionnalités « extra-ludiques ». La prochaine génération qui se profile à l'horizon, a dans sa ligne de mire, des consoles orientées vers le multimédia, mais également l'arrivée de deux nouveaux belligérants, qui menacent les positions établis.

---

[414] *Ibid*. p. annexe machines ludiques p. 45.

[415] Par exemple, en octobre 1990, *Player One* fait état d'une console à 3490 francs (532 euros) et des jeux à 1790 francs (273 euros). Dans son édition d'avril 1991, en évoquant une baisse de prix de cette machine, le mensuel indique que la console passe de 4390 francs (669 euros) à 2990 francs (456 euros). Les jeux sont compris, pour leur part et après la baisse, entre 990 francs (151 euros) et 1390 francs (212 euros). Voir : « Louée soit la *Neo Geo* » dans *Player One*, n° 2, octobre 1990, p. 8 col. 3 ; « Solde de printemps chez SNK » dans *Player One*, n° 8, avril 1991, p. 9 col. 1.

[416] *Tilt* parle à plusieurs reprises de cette simplicité dans ses comparatifs, en faisant notamment le parallèle avec un magnétoscope, ou une chaîne hi-fi. La console est ainsi vue comme un appareil acheté par et pour le plaisir, qui se place à coté de la télévision, et dont l'utilisateur ne sait bien souvent pas comment il fonctionne. Brisou (Mathieu), « Les grands choix de 88 » dans *Tilt*, n° 48 : jeux et micro le guide 88, fin 1987, p. 115 col. 3.

c) 1994 à 2003 : Nintendo et Sega face à deux nouveaux concurrents

Pour notre période d'étude, cette nouvelle époque du jeu vidéo sur console est à plusieurs égards un tournant, en raison des transformations, et des évolutions qui touchent cette industrie de loisir. En effet, dans un premier temps, elle voit la fin de l'affrontement direct entre Sega et Nintendo. Cette dernière entreprise aborde ce nouveau cycle comme le leader incontesté du jeu vidéo. Dans un second temps, elle est marquée par l'arrivée, comme constructeurs de consoles, de deux sociétés mondialement connues : Sony et Microsoft. Plus que l'évolution matérielle et technique, ces entrées dans le milieu (du jeu vidéo) constituent le changement majeur de la décennie. Les hiérarchies établies précédemment sont bouleversées, mais en plus les jeux vidéo cessent d'être perçus comme un jouet et une activité pour enfants/adolescents. Ils conquièrent un plus large public, et ils deviennent une industrie de divertissement à part entière, au même titre que le cinéma ou la musique.

En ce qui concerne le matériel ludique, outre l'apparition des nouvelles consoles, s'ajoute une évolution du format de stockage. La cartouche est mise de côté par la majorité des constructeurs, au profit du CD, et de son évolution le DVD, au meilleur rapport qualité/prix. Le disque laser coûte, non seulement moins chers qu'une cartouche (aussi bien pour les professionnels, que pour les consommateurs), mais en plus, il permet de contenir un plus grand nombre de données. Cette vaste capacité de stockage sert, par exemple, à agrémenter les jeux, de scènes cinématiques réalisées en image de synthèse ou en dessins animés. En contrepartie, des temps d'accès (entre le disque et la console) apparaissent durant le jeu. De plus, un nouvel accessoire devient indispensable : la carte mémoire pour sauvegarder sa progression[417]. Les joueurs apprennent également à se familiariser avec un vocabulaire inédit lié aux caractéristiques techniques des machines[418], et des jeux en trois dimensions. En outre, la presse met en avant de nouvelles données (polygones

[417] Rappelons qu'avec le support cartouche, les développeurs possèdent essentiellement deux manières de proposer aux joueurs de sauvegarder leurs parties. La première est un système de code à entrer dans une option dédiée, présente sur l'écran titre du jeu. La seconde prend la forme d'une pile au lithium intégrée à la cartouche (il n'est pas nécessaire de la changer et cela est, en outre, impossible) qui se charge de mémoriser la progression. Le joueur doit se rendre dans un menu « sauvegarde » pour charger sa partie et continuer son parcours.
[418] Les caractéristiques techniques sont mises en avant par les constructeurs, mais aussi les journalistes qui les commentent longuement dans leurs articles consacrés aux nouvelles consoles.

gérés par la console) ou de nouveaux composants (carte graphique), pour comparer les consoles et évaluer leur puissance.

Notre paragraphe s'articule autour des deux générations de systèmes de jeux de cette période. Ainsi, nous allons voir dans un premier temps, les consoles de la cinquième génération (32/64 bits) qui débute à la fin de l'année 1994, puis dans un second temps, celles de la sixième génération (128 bits), lancées à partir de 1998.

Les consoles 32/64 bits[419]

La famille de consoles 32/64 bits[420] se compose de modèles qui contrastent réellement avec ceux des générations précédentes. En plus de l'accroissement de la puissance technique, elle se caractérise par la démocratisation des logiciels ludiques sur disque laser, et surtout par la généralisation des jeux en trois dimensions[421]. Ce dernier point constitue la nouveauté majeure, et le principal apport de la période d'un point de vue ludique. Nous pouvons aussi noter que certaines consoles sont dotées de fonctions annexes aux jeux vidéo, comme la possibilité de lire des disques musicaux. C'est la première étape d'une tendance émergente, qui dote ces systèmes de possibilités extra-ludiques, et qui les place dans le sillage de machines à vocation multimédia[422], apparues dans la première moitié des années 1990. Cette nouvelle génération de console se compose essentiellement de trois machines[423], à savoir la *Playstation* de Sony, la *Saturn* de Sega, et enfin de la *Nintendo 64* de Nintendo. Elle débute par un affrontement inédit, entre le nouveau venu Sony et Sega.

Sony : *Playstation*[424]

[419] Voir tableau annexe machines ludiques p. 47.
[420] Dans l'histoire des consoles de jeux vidéo, il n'existe pas de cycle 64 bits « seul ». Les consoles admises comme des machines 64 bits sont groupées aux systèmes 32 bits, et le tout forme la cinquième génération.
[421] Ce développement s'accompagne d'un mouvement de transposition des jeux dans des univers en trois dimensions.
[422] Comme le *CDTV* de Commodore ou bien encore le *CDI* de Philips.
[423] Signalons que pour les joueurs, cette cinquième famille de consoles débute avec la commercialisation, à la fin de l'année 1994 de la *Playstation* et de la *Saturn*. Néanmoins, ses prémices commencent durant l'année 1993, avec la sortie de trois consoles d'origine américaine, qui sont la *3DO* de The 3DO Company, l'*Amiga CD32* de Commodore, et la *Jaguar* d'Atari. Ces systèmes de jeux ne convainquent pas les joueurs, en raison de leurs prix élevés, de leur distribution parfois hasardeuse, et des jeux proposés peu intéressants ou mauvais.
[424] Voir annexe machines ludiques p. 48.

Illustration 2.15: *Playstation*



Avec sa première console, la *Playstation*, Sony parvient, en une génération (de console), à passer du statut d'outsider à celui de leader du secteur. L'entreprise a su mettre tous les atouts de son côté, pour faire triompher son système de jeux sur un plan commerciale et critique, et pour détrôner les acteurs historiques du milieu. Le succès peut s'expliquer par la puissance économique de Sony, et ses campagnes de promotion[425] efficaces et décalées, qui séduisent le public, mais aussi par des fautes stratégiques commises par ses adversaires[426]. Surtout, la firme attire dans son camp, à la fois les professionnels et les joueurs, avec une console « dans l'air du temps », qui répond aux désirs et à la demande de jeux vidéo de la période.

La *Playstation* est une machine appréciée des concepteurs de jeux parce qu'elle satisfait leurs attentes du point de vue financier et technologique[427]. *Libération* indique en octobre 1996 que :

« Sony a lancé une véritable offensive de charme en direction des concepteurs et des éditeurs: près de 400, dont beaucoup de nouveaux venus (et une quarantaine de français), ont été séduits par la puissance d'une machine dont le processeur permet d'afficher 500 MIPS (millions d'instructions par seconde), ce qui signifie: gestion de la 3D en temps réel et vidéo plein écran. »[428]

[425] Sony investit, pour le lancement de sa console en Europe, environs 300 millions de francs. « E3, *the next génération* : interview de Phil Harisson » dans *Joypad*, n° 43, juin 1995, p. 15 col. 2.
[426] Le lancement de la console *Saturn* est mal orchestré par Sega (surtout aux Etats-Unis et en Europe), tandis que Nintendo tarde à sortir sa console 64 bits, ce qui laisse le champ libre à ses adversaires.
[427] La console est réputée pour sa facilité de programmation, surtout par rapport à la *Saturn* et à la *Nintendo 64*. De plus, les développeurs et éditeurs de jeux, notamment Occidentaux, sont déjà familiarisés avec le CD-ROM et la réalisation de jeux en trois dimensions, grâce à l'ordinateur *PC*. Les conditions misent en place par Sony pour le développement de logiciels ludiques sur sa machine sont moins contraignantes que celles de Nintendo et Sega. Enfin, la volonté de Sony de s'appuyer sur les éditeurs tiers est un élément également bien perçu des professionnels.
[428] Lagrande (Roger-Pierre), « *Ecrans* : console de jeu. Le modèle lancé par Sony rivalise avec la Saturn de Sega La Playstation, faite pour jouer » dans *Libération.fr*, 27 octobre 1995,

Pour leur part, les joueurs et la presse s'émerveillent des possibilités techniques de la console 32 bits. Le magazine *Joypad* indique à ses lecteurs que « l'atout principal de la *PS-X*[429] est de pouvoir gérer 360 000 polygones par seconde (contre 240 000 pour la *Saturn*) »[430] et « qu'il suffit de lire les caractéristiques techniques pour se rendre compte de la puissance de cette machine »[431]. C'est principalement le « polygonisateur », un composant dédié à l'affichage des polygones et aux effets graphiques, capable de gérer la troisième dimension (dans les jeux) qui impressionne. Il donne à la machine une réputation de console spécialisée dans ce domaine (jeux en trois dimensions)[432]. Il représente d'autre part une nouveauté technique parce qu'aucune console avant la *Playstation* ne possède un tel composant.

Rapidement, les joueurs ont l'impression que cette console est en position de force par rapport à la concurrence, qu'elle est la plus puissante, et qu'elle offrira dans le futur les meilleurs jeux[433]. La ludothèque de la *Playstation* prend une part importante dans le succès de la machine[434], avec des jeux paraissant généralement plus impressionnant visuellement que ceux des autres consoles. La participation active de Namco est déterminante puisque l'éditeur permet à Sony de proposer des titres forts, contrant les jeux d'arcade de Sega[435]. L'arrivée controversée de l'éditeur Square Soft dans le camp de Sony est un autre point important du succès de la *Playstation*, qui lui permet d'avoir des titres attendus, comme ceux de la saga *Final Fantasy*. Avec la *Playstation*, les jeux en trois dimensions (domaine dans lequel elle excelle) deviennent à la mode, faisant tomber en désuétude les jeux en deux

---

http://www.liberation.fr/ecrans/0101154998-console-de-jeu-le-modele-lance-par-sony-rivalise-avec-la-saturn-de-sega-la-playstation-faite-pour-jouer

[429] *PS-X* est le nom de code de développement de la *Playstation*.

[430] « Tokyo Game show 94 » dans *Joypad*, n°33, juillet/août 1994, p 76.

[431] *Ibid*.

[432] Chris, « *L'histoire des jeux vidéo* : partie 10 : la révolution des consoles 32 bits » dans *Joypad*, n° 102, novembre 2000, p. 83 col. 1.

[433] D'autres rumeurs viennent renforcer la position de Sony, comme celle disant que Sega a dû revoir son projet *Saturn* (capacité technique et aspect) après avoir eu connaissance des caractéristiques de la *Playstation*. « 1994 au Japon : l'année zéro des 32 bits » dans *Console* +, n° 30, mars 1994, p. 16.

[434] Cette ludothèque est l'une des plus importantes en terme de volume sur console à ce jour, avec 7918 titres. Notons que ce chiffre comptabilise les différentes versions (suivant les marchés) d'un même jeu. De plus, en contrepartie de cette quantité, un grand nombre de titres sont moyens, voire mauvais et inintéressants. http://www.scei.co.jp/corporate/data/bizdatatitle_e.html

[435] Quand Sega aligne *Virtua Fighter* ou *Daytona USA*, Sony, grâce à Namco, répond avec *Tekken* ou *Ridge Racer*.

dimensions pour lesquels se distingue, par exemple, la *Saturn*[436]. Parmi les programmes ludiques de la console, il y a une majorité de jeux de sport, de combat, de course automobile et de jeux de rôle.

Dès le départ, Sony cible une population plus âgée que le public jusqu'à là traditionnel des jeux vidéo. La firme réussit à faire de la *Playstation* un produit regroupant toute la culture des adolescents et des jeunes adultes (18-25 ans). La musique, le cinéma et les images de synthèse (devenues à la mode) se retrouvent mélangés au cœur de la station de jeu de la marque. Cette dernière propose alors une alternative sérieuse à Sega et Nintendo, et elle apporte aux joueurs un souffle nouveau avec son lot de personnages inédits. Sony fait de sa console un objet à la mode qui n'est plus un jouet et, surtout, qui n'est plus réservés aux enfants. Un nouveau public s'ouvre à ce loisir, et petit à petit Sony et sa *Playstation* deviennent le synonyme de jeu vidéo[437].

Le secteur gagne du crédit, et il commence à être pris au sérieux, comme en témoignent les couvertures et articles de la presse généraliste ou économique comme celle de l'*Expansion* datée du 5 février 1997. Devant l'ampleur du succès de la *Playstation* qui représente 40% des profits de Sony Corporation[438] (la maison mère), les dirigeants lancent un plan de restructuration pour centrer la stratégie de développement autour des jeux vidéo et de Sony Computer Entertainment. Commercialisée en septembre 1995 en France[439], la *Playstation* est en tête des ventes tout le long de sa carrière. Elle révèle le développement et l'importance du marché européen, où elle est plébiscitée, notamment dans l'hexagone[440].

---

[436] La conversion sur *Saturn* de certains titres forts existant sur la console de Sony donne aussi l'impression aux joueurs que la machine de Sega est une console dépassée, qui ne peut rivaliser avec la *Playstation*.
[437] Rappelons qu'avant Sony et la *Playstation*, c'est Atari, puis Nintendo qui symbolisent et représentent pour le grand public les jeux vidéo.
[438] Gollum, « *Business Pad* » dans *Joypad*, n° 95, mars 2000, p. 67, col. 1.
[439] « *News-Pad* » dans *Joypad*, n° 45, septembre 1995, p. 18-19.
[440] Lors d'un premier bilan de l'affrontement entre la *Playstation* et la *Saturn*, le rédacteur en chef du mensuel *Consoles +* indique que « Sony a remporté le premier round face à Sega », et que « la *Playstation* l'a emporté partout même si c'est en Europe qu'elle a le plus creusé l'écart ». De plus, il se vend alors en France une *Saturn* pour quatre *Playstation*. A la fin de l'année 1999, Sony s'accapare 80% de parts du marché dans l'hexagone. En terme de vente, notons que le parc de *Playstation* dans le monde se monte en mars 2000 à 72,92 millions d'unités (28,41 millions pour l'Europe). Au 31 décembre 2003, il y a 99,22 millions de console à travers le monde (39,53 millions en Europe). Voir : Huyghues-Lacour (Alain), « *Edito* » dans *Consoles +*, n° 51, février 1996, p. 5 col. 2 ; Huyghues-Lacour (Alain), « *Saturn Playstation* : un an d'hostilités » dans *Consoles + hors série n° 3 : la guerre des consoles vol. 2*, août/septembre 1996, p. 7 ; Gollum, « *Business Pad* » dans *Joypad*, n° 95, mars 2000, p. 67 col. 1 ; http://www.scei.co.jp/corporate/data/bizdataps_e.html

Sega : *Saturn*[441]

Illustration 2.16: *Sega Saturn*



La *Saturn* est une console assez proche techniquement de sa concurrente directe la *Playstation*. Si elle possède elle aussi un lecteur de CD-ROM, elle s'en distingue par la présence d'un port cartouche[442], et une orientation beaucoup plus multimédia[443]. Sega fait table rase du passé, car cette console est incompatible avec les anciennes machines de la marque (*Mega CD*, *Megadrive*, *32X*). Lors de ses diverses présentations dans la presse, elle enthousiasme les joueurs notamment parce qu'elle leur laisse entrevoir la possibilité de jouer à la maison, aux derniers jeux d'arcade de Sega. Ainsi, l'entreprise convoite avec ce côté arcade et cette tendance multimédia, le même public (adolescents, jeunes adultes) que la *Playstation*[444]. Toutefois, la *Saturn* ne rencontre qu'un succès d'estime. Les joueurs lui préfèrent largement la machine de Sony. Deux points expliquent principalement l'échec de Sega sur cette génération de systèmes de jeux.

Le premier est d'ordre technologique. La console possède la réputation, durant toute sa carrière commerciale, d'une machine beaucoup moins puissante que la *Playstation*. Cette considération provient de la difficulté rencontrée par les développeurs à la programmer, mais aussi et surtout de certains jeux très attendus dont les graphismes déçoivent[445]. En outre, sa spécialisation (et son orientation)

[441] Voir annexe machines ludiques p. 53.
[442] Le port cartouche sert à recevoir une cartouche de sauvegarde, ainsi que des extensions de mémoire, pour pallier les faiblesses techniques de la machine.
[443] La *Saturn* est capable de lire plusieurs formats de CD, comme les CD audio, les CD photo, ou bien encore les CD vidéo. Néanmoins, il ne s'agit pas de fonctions de base, et l'utilisateur doit se procurer un programme ou un périphérique supplémentaire et adéquat, pour pouvoir y avoir accès. Le surcoût occasionné par l'achat de ces produits dissuade les joueurs, et ces options sont marginalisées.
[444] Huyghues-Lacour (Alain), « La guerre des consoles continue » dans *Console + hors série n° 3 : la guerre des consoles vol. 2*, août/septembre 1996, p. 7 col. 1.
[445] C'est par exemple le cas du jeu *Virtua Fighter* dont les graphismes sont au dessous des capacités annoncées. Les polygones constituant les personnages n'ont pas de textures, et le jeu contient de nombreux bogues qui donnent l'impression qu'il n'a pas été terminé.

dans la deuxième dimension est un désavantage, car les jeux en deux dimensions deviennent obsolètes, pour une grande majorité des joueurs. La *Playstation* étant spécialisée dans la troisième dimension, elle tire profit de cette mode, mais aussi des faiblesses de la *Saturn* et de ses jeux dans ce domaine[446]. Sega n'a donc pas su voir et anticiper complètement cette évolution majeure du marché du jeu vidéo sur console (ni sur l'avance de la concurrence dans le domaine).

Le second point se porte sur une politique commerciale maladroite et inefficace. Tout d'abord, le lancement la console se fait en France à un moment inopportun. La *Saturn* est lancée en juillet 1995, pendant les vacances scolaires qui constitue une période peu favorable aux jeux vidéo. Sega ne profite ainsi nullement de son avance sur Sony. En outre, son prix est sujet à polémique car il est jugé trop élevé[447]. Il faut aussi noter que l'abandon des précédentes machines fragilise Sega, et lui donne une réputation de firme peu fiable.

De cette manière, en quelques mois, la *Playstation* devient un phénomène de société qui balaye Sega, faisant passer, auprès du public et des professionnels, la marque (et sa nouvelle console) pour une figure du passé. Au fur et à mesure des années, les éditeurs et développeurs américains et européens abandonnent la console de Sega, et ils se concentrent sur la *Playstation*. Délaissée de l'Occident, la *Saturn* se centre sur le Japon, ce qui se reflète dans sa bibliothèque de jeux.

Nintendo : Nintendo 64[448]

Illustration 2.17: *Nintendo 64*

[446] Les jeux *Saturn* ont tendance à plus « pixeliser » et les effets de transparence sont moins bien rendus que sur *Playstation*.
[447] En Europe, et notamment en France, la différence de prix est également très importante. Les deux premiers mois de commercialisation, la console est vendue avec une manette et le jeu *Virtua Fighter* pour 3390 francs (517 euros). « La *Saturn* en orbite française : les présentations sont faites » dans *Player One*, n° 55, Juillet/août 1995, p. 53 col. 2.
[448] Voir annexe machines ludiques p. 54.



La nouvelle de console de Nintendo fait dans un premier temps saliver les joueurs en raison de sa puissance supposée, et de l'alliance entre l'entreprise japonaise et Silicon Graphics[449] pour la conception de certains de ses composants (microprocesseur, puce graphique). La *Nintendo 64* est théoriquement le système de jeux le plus avancé de cette génération de consoles. Deux de ses innovations s'imposent même comme standard aux autres constructeurs. D'une part, il comporte quatre ports manettes, quand la norme de l'époque est de deux prises. D'autre part, sa manette possède un « stick » analogique. La particularité d'un tel objet provient du fait que selon l'intensité avec laquelle il est poussé, le personnage à l'écran avancera par exemple plus ou moins vite (en marchant ou en courant). Contrairement aux machines concurrentes, la console n'adopte pas le CD-ROM, et elle est dotée d'un port cartouche pour stocker les jeux[450].

Toutefois, la commercialisation tardive de la console[451], et certains choix stratégiques de Nintendo entament la patience des joueurs, et la réputation de la machine. Si elle remporte un succès important, en revanche elle ne parvient pas à battre Sony et sa *Playstation*. Nintendo perd avec cette console des alliés précieux[452], de sa superbe et de son assurance[453]. Le prix des jeux et le manque de titres rapidement disponibles sont également des facteurs jouant contre l'entreprise.

[449] Silicon Graphics est une firme américaine crée en 1982, spécialisée dans l'élaboration de stations de travail, c'est-à-dire des ordinateurs professionnels très puissants, conçus pour le traitement graphique et la création d'images de synthèse. Silicon Graphics est principalement connue du grand public pour la réalisation de trucages et d'images de synthèse dans des films tels que *Jurassic Park* ou *Terminator 2*.
[450] C'est un choix critiqué aussi bien par les professionnels que par les joueurs. Nintendo l'explique par l'inexistence des temps de chargements des jeux sur cartouche (par rapport à ceux sur CD), et la quasi impossibilité de pirater le format. Cependant, la raison principale de ce choix est financière car Nintendo contrôle la production de cartouche pour ses consoles, et en tirent un revenu conséquent.
[451] La console est dans un premier temps annoncée pour l'année 1995, mais finalement elle est commercialisée en juin 1996 au Japon, et en septembre 1997 en France.
[452] Principalement Square Soft qui décide, comme nous l'avons indiqué, de rejoindre le camp de Sony mais cette attitude vaut aussi pour tous les grands éditeurs.
[453] Chris, « *L'histoire des jeux vidéo*, partie 10 : la révolution des consoles 32 bits » dans *Joypad*, n° 102, novembre 2000, p. 83 col. 2.

L'âge d'or où Mario régnait en maître sur le monde des jeux vidéo est révolu[454]. Pour de nombreux joueurs, la *Nintendo 64* est considérée comme un échec pour l'entreprise, ce qui n'est pas totalement vrai. Nintendo se hisse tout de même à la seconde place des constructeurs, et la console a d'excellentes ventes sur le marché américain. La *Game Boy*, ainsi que le phénomène *Pokemon[455],* permettent aussi à la société de résister à Sony et de dégager d'importants bénéfices.

La console dispose de peu de jeux mais ceux-ci sont de qualité. *Mario 64* fait sensation. C'est le premier jeu de plate-forme entièrement en trois dimensions, et il s'impose comme une référence dans le domaine. Il permet de montrer les qualités techniques de la console et le fossé qui existe entre la nouvelle Nintendo et les consoles de Sony et de Sega. D'une manière générale, les valeurs sûres de Nintendo comme *Mario Kart* ou *Zelda* sont d'une grande qualité et remportent un succès important. Chez les éditeurs tiers, il faut noter les productions de l'éditeur anglais Rare (*Banjo et Kazooie* ou *Golden Eye)*. La *Nintendo 64* dispose principalement de jeux de plates-formes, des jeux de tir en vue subjective, et des jeux de sports. Elle compte peu de jeux de combat, d'aventure et de rôle.

Cette ludothèque met en évidence deux autres problèmes qui, dans cette nouvelle période des jeux vidéo, empêchent Nintendo d'avoir le succès d'antan. Globalement, les jeux Nintendo sont ceux qui se vendent le mieux, et ils écrasent véritablement les titres venant des éditeurs tiers. Ces derniers jouent presque des rôles de figurants, et cette situation ne les incite pas à s'investir sur cette plate-forme. D'autre part, elle montre un réel problème de représentation de la marque qui reste prisonnière de son image enfantine, et donc de jouet. De ce fait, les éditeurs ont tendance à développer des jeux pour un public plus jeune que celui de Sony (ou même Sega). Le côté enfantin de Nintendo devient un grief important fait à la marque, et qui pour les joueurs et même la presse spécialisée montre que l'entreprise n'a pas su évoluer et grandir avec le public, et s'adapter aux nouvelles tendances du secteur.

[454] « Enfin des jeux, *Nintendo 64 Space World 96* : les états d'âmes de Mario » dans *Joypad*, n° 60, janvier 1997, p. 25 col. 2.
[455] Voir annexe jeux p. 141.

Cette machine apparaît comme une console de complément plutôt qu'un système de jeu principal, réservée aux parties à plusieurs joueurs[456]. Moins heurté que Sega par la *Playstation* et la domination de Sony, Nintendo prépare sa nouvelle arme pour la génération suivante, bien décidé à imposer sa vision du jeu vidéo face à celle des grandes multinationales ayant investi le secteur.

Les consoles 128 bits[457]

Cette sixième et dernière génération de console de notre étude ne présente pas un aussi grand bouleversement technique que lors du passage entre les systèmes de jeux 16 bits et les machines 32 bits. Elle constitue une évolution de la génération précédente, et elle vient confirmer les tendances nouvellement apparues, et les hiérarchies établies antérieurement. La console se rapproche toujours un peu plus d'une machine multimédia, ainsi que de l'ordinateur *PC*, du point de vue des composants. Avec cette nouvelle génération, ce système ludique accède notamment à la possibilité de lire des films sur disque DVD, mais aussi de se connecter à Internet.

Dans un article consacré à la *Playstation 2*, le quotidien *Libération* note :

« Sony s'appuie sur le constat suivant: le PC a montré ses limites; il est cantonné au bureau, voire à la chambre dans le meilleur des cas. Aujourd'hui, les géants du logiciel et de la communication luttent pour faire rentrer l'informatique et l'Internet dans le salon. C'est ainsi que la PlayStation est perçue par certains analystes comme un «cheval de Troie» permettant de détrôner le PC dans les foyers et de faire transiter l'essentiel des connexions internet […] L'appareil jouerait ainsi le rôle de péage pour les jeux vidéo, les fichiers musicaux et les films téléchargés, Sony possédant en la matière un large catalogue avec ses labels musicaux et sa filiale Columbia Tristar. »[458]

[456] Notamment grâce à ses quatre ports manettes, et à ses nombreux jeux qui se pratiquent à plusieurs comme *Mario Kart* ou *Mario Party*.
[457] Voir tableau annexe machines ludiques p. 56.
[458] Mauriac (Laurent), Werly (Richard), « *Economie* : un concurrent du *PC* » dans *Libération.fr*, 24 novembre 2000, http://www.liberation.fr/economie/0101354675-un-concurrent-du-pc

C'est une vision caractéristique des ambitions des constructeurs Sony et Microsoft (et dans une moindre mesure de Sega). Au-delà de la volonté de connecter les foyers à Internet, le but est surtout de faire de la console, l'unique centre de loisirs audiovisuels et informatiques du salon et de toute la famille. Il s'agit d'imposer la console comme la principale source de diffusion des différents flux de divertissements (musiques, jeux, cinéma, séries télévisées).

Enfin, la période se caractérise par un changement parmi les acteurs de l'industrie, puisque Sega arrête la fabrication de consoles, tandis que Microsoft fait son entrée dans le cercle des constructeurs. Quatre consoles composent cette familles : la *Dreamcast* de Sega, la *Playstation 2* de Sony, la *Gamecube* de Nintendo, et enfin la *Xbox* de Microsoft.

Sega : Dreamcast[459]

Illustration 2.18: *Dreamcast*



La *Dreamcast* est la dernière console de Sega. Avec ce nouveau système, l'entreprise tente de séduire à nouveau les professionnels et surtout les joueurs, mais aussi d'effacer les erreurs du passé. Ainsi, la machine est puissante, simple à programmer, et elle est basée autour d'un format propriétaire de CD, appelé GD-ROM[460]. L'appareil est présenté comme « la plus *PC* des consoles »[461], de par la présence d'une carte graphique dont la technologie est utilisée dans le monde *PC*, d'un modem, et d'un partenariat avec Microsoft pour les outils de développement des

[459] Voir annexe machines ludiques p. 57.
[460] Ce type de CD est capable de contenir plus de données qu'un disque de base. Il a été fabriqué aussi pour rendre plus difficile le piratage. Néanmoins, dans les faits, la console possède peu de protections, et notamment elle est capable de lire des CD enregistrables. De cette manière, elle n'est absolument pas épargnée par le piratage.
[461] Banana San, « *Dreamcast*, Sega à l'ère de la 3D et d'Internet, une console très proche d'un PC » dans *Joypad*, n° 77, juillet/août 1998, p. 14 col. 1.

jeux[462]. La grande nouveauté qu'apporte la console est le jeu en ligne, qui est le principal argument de Sega pour s'imposer face à la concurrence[463]. La ludothèque de la *Dreamcast* est réputée de qualité, grâce à la présence de titres qui s'imposent auprès des joueurs comme des références. Ils démontrent le savoir-faire de Sega, ainsi que le potentiel technique et ludique de la console.

Néanmoins, malgré ses atouts et les efforts de Sega, la *Dreamcast* est un échec qui pousse la firme à arrêter la production de consoles le 24 janvier 2001[464], et à devenir exclusivement un éditeur/développeur de jeux. Ce retrait peut s'expliquer, tout d'abord, par la mauvaise santé économique de l'entreprise, dont les finances ont été grevées par l'échec de la *Saturn*. Toujours en relation avec l'époque précédente, certains professionnels capables de faire le succès d'une machine avec leurs jeux, ne soutiennent pas Sega, qui d'une façon générale, n'inspire plus confiance[465]. Ensuite, l'entreprise insiste dans un grand nombre de ses publicités uniquement sur les capacités en ligne de la console[466]. Or, c'est une erreur car, non seulement le jeu en réseau sur console n'en est qu'à ses balbutiements, mais surtout en France, les tarifs élevés des communications locales sont un obstacle à l'utilisation de cette fonction[467]. En outre, de manière incompréhensible, l'option de jeu en ligne de nombreux titres ludiques est supprimée lorsque ceux-ci sont édités dans l'hexagone. Soulignons aussi que la promotion en France de cette manière de jouer tourne autour d'un titre accrocheur mais visuellement limité : *Chu chu rocket*[468]. Autre point en défaveur de Sega, c'est la volonté de la firme de toucher les consommateurs, en adoptant une campagne publicitaire calquée sur celle de Sony.

---

[462] Les concepteurs de jeux peuvent, soit réaliser leur propre outil de développement, soit utiliser un environnement de travail basé sur le système d'exploitation *Windows CE*.

[463] Sega s'inspire grandement des politiques commerciales de Sony et de la *Playstation*. Les publicités pour la *Dreamcast* ne montrent pas de jeux et elles s'attachent à véhiculer une nouvelle image de Sega. Elles se concentrent d'autre part sur le coté en ligne de la console et ses possibilités pour le joueur de vivre quelque chose de commun avec d'autres utilisateurs. « Génération pub, Sega : tout pour Internet » dans *Joypad*, n° 91, novembre 1999, p. 87 col. 1.

[464] Signalons que depuis l'époque de la *Saturn*, des rumeurs se font entendre sur le possible retrait de Sega de la construction de consoles de jeux. Chris, « Quel avenir pour Sega ? » dans *Joypad*, n° 106, mars 2001, p. 40 col. 1.

[465] Cette perte de confiance provient du fait que Sega lance de nombreuses machines que l'entreprise abandonne pour passer à de nouveaux systèmes.

[466] Chris, « Quel avenir pour Sega ? » dans *Joypad*, n° 106, mars 2001, p. 40 col. 1.

[467] A cette époque en France, Internet ne s'est pas encore démocratisé, et surtout il n'existe pas de forfait illimité. Le jeu en ligne peut donc devenir rapidement très coûteux. Voir p. 291.

[468] Le jeu reprend le concept du jeu du chat et de la souris.

Enfin, la principale raison de l'échec de Sega, c'est la *Playstation 2*[469]. En annonçant sa nouvelle console, au moment où sort la machine de Sega, Sony réussit à freiner les ventes de la *Dreamcast*. Un très grand nombre de joueurs préfèrent attendre la commercialisation de la nouvelle console de Sony, plutôt que d'investir immédiatement pour une *Dreamcast*. Lorsque la *Playstation 2* est disponible dans les magasins, elle se vend mieux que sa concurrente, et elle remporte tous les suffrages.

Sega devient alors peu à peu une marque marginale, réservée à un public de joueurs passionnés. Tout de suite après l'annonce de son retrait, l'entreprise est courtisée par le nouveau triumvirat des constructeurs : Sony, Nintendo et Microsoft. Ils désirent voir au plus vite des titres de la firme sur leurs consoles[470]. Pour de nombreux joueurs, l'impensable se produit. Sega développe pour son adversaire héréditaire et Sonic fait son apparition sur les consoles Nintendo.

Sony : Playstation 2[471]

Illustration 2.19: *Playstation 2*



La seconde console de Sony est une machine qui possède immédiatement une image « branchée » et « à la mode », mais aussi qui symbolise pour beaucoup le jeu vidéo. Elle dispose d'un lecteur DVD, qui lui permet de lire des jeux[472], ainsi que des films. Sa puissance est mise en avant par Sony à travers deux composants, à savoir le microprocesseur (appelé *Emotion Engine*), et la carte graphique (dénommé

[469] Chris, « Quel avenir pour Sega ? » dans *Joypad*, n° 106, mars 2001, p. 39 col. 1.
[470] Aizawa (Koji), « Quel avenir pour Sega, l'opinion japonaise » dans *Joypad*, n° 106, mars 2001, p. 38 col. 1.
[471] Voir annexe machines ludiques p. 57.
[472] Il est à noter que les possibilités du disque DVD sont peu employées par les éditeurs comme le choix de plusieurs langues (sous-titres et/ou voix).

Graphics Synthetizer)[473]. La machine demeure compatible avec les jeux et les accessoires de la première *Playstation*[474]. Cette option est intégrée dans le but de fidéliser les joueurs et de pousser les possesseurs de la première *Playstation* à continuer avec une *Playstation*, plutôt que de passer à la concurrence. Sony veut faire de sa nouvelle console une véritable station multimédia, capable de centraliser dans le salon, le jeu, Internet, la lecture de films[475] et l'écoute de la musique. Néanmoins, la *Playstation 2* demeure avant tout une console, et ces capacités extra-ludiques apparaissent aux yeux des joueurs comme des options, certes non négligeables, mais pas indispensables.

Le succès de ce système ludique est immédiat, et cela permet à l'entreprise de conserver sa place de leader des jeux vidéo sur console. Cependant, il faut souligner que durant sa première année d'exploitation, la nouvelle console de Sony déçoit fortement les joueurs d'un point de vue ludique. Ce n'est pas la révolution annoncée, et son potentiel commence à être remis en cause par les journalistes qui s'étonnent de ce départ tonitruant. Contrairement à l'époque 32 bits, les premiers jeux sont décevants car la console se révèle difficile à programmer, et surtout l'investissement de départ pour les joueurs est conséquent[476].

Toutefois, de par le plébiscite du public[477] et son hégémonie sur le marché, la *Playstation 2* est le choix prioritaire des éditeurs et des développeurs. Elle finit par donner entièrement satisfaction aux joueurs, et par montrer son potentiel, au fur et à mesure de la maîtrise technique des programmeurs. Sa « logithèque » est

[473] Sony met également en avant la possibilité pour les programmeurs de recourir à certaines techniques de programmation comme l'utilisation des « *NURBS* » pour signaler l'amélioration significative du rendu graphique. Voir lexique p. 9.
[474] La « rétrocompatibilité » entre deux consoles de génération différente d'un même constructeur n'était plus apparue sur console depuis l'adaptateur *Master System* pour la *Megadrive* de Sega.
[475] La volonté de Sony de rendre compatible sa console avec la lecture de film est à mettre en parallèle, avec le développement et l'engouement au début de l'an 2000 du « *home cinéma* » qui permet de recréer les sensations des salles obscures chez soi. L'installation typique comporte un lecteur DVD, une télévision (de préférence au format 16/9^{e}), un amplificateur, et cinq enceintes associées à un caisson de graves. De plus, Au moment de sa sortie, la console est en effet, le lecteur DVD le moins cher de la marque.
[476] Une console (2990 francs/456 euros), une seconde manette (199 francs/30 euros), une carte mémoire (299 francs/45 euros) et un jeu (399 francs/61 euros) reviennent lors de la sortie en France à 3997 francs (610 euros). « Les accessoires indispensables de la *PS2* » dans *Playstation 2 en France* supplément de *Joypad*, n° 103, décembre 2000, p. 5 col. 1.
[477] Une partie du public se procure la console parce qu'il s'agit aussi d'un lecteur DVD, qui permet d'attendre les jeux faisant honneur à la machine.

importante[478], et elle regroupe tous les genres de jeux, mais aussi les suites des grandes franchises du jeu vidéo. Mentionnons que le jeu en ligne fait également son apparition, mais il n'est pas très répandu en raison des coûts supplémentaires qu'il entraîne pour le consommateur[479], et de la politique de Sony qui laisse aux éditeurs le soin de prendre à leur charge cette option[480].

La *Playstation 2* se place ainsi dans la continuité de la première *Playstation*. Elle touche aussi bien les joueurs fanatiques que le grand public, et elle parvient à ancrer le jeu vidéo davantage dans la société. Avec cette console, Sony tente d'associer la pratique des jeux vidéo au reste des divertissements liés à la télévision et à l'informatique. En France, les derniers chiffres (fin 2003) font état de 3 millions de consoles vendues[481]. Sa réussite accroît davantage l'importance du département des jeux vidéo au sein de Sony qui en fait l'une de ses priorités.

Nintendo : Gamecube[482]

Illustration 2.20: *Gamecube*



Cette nouvelle génération de console n'est pas seulement pour Nintendo synonyme de nouvelle console, de nouveaux jeux, et de nouvelles campagnes de publicité. Elle marque aussi la fin d'une époque avec les départs à la retraite (et le

[478] La *Playstation 2* est l'une des consoles de notre période d'étude qui possède le plus grand nombre de jeux dans sa bibliothèque de programmes ludiques. En juin 2011, elle cumule au niveau mondial 10 880 jeux (5333 au Japon, 1805 aux Etats-Unis, et 3742 en Europe). http://www.scei.co.jp/corporate/data/bizdatatitle_e.html
[479] L'usager doit acheter le disque dur spécialement prévu pour la console, s'abonner aux services en ligne de l'éditeur, en plus de son abonnement à un fournisseur d'accès à Internet.
[480] C'est à dire de mettre en place et de gérer leurs propres serveurs de jeux.
[481] Elle compte en décembre 2003 69,46 millions d'unités à travers le monde (15,90 millions au Japon, 29,09 millions en Amérique du Nord et 24,47 millions en Europe). Hors cadre de notre période d'étude, la croissance de la *Playstation 2* continue, la machine atteignant en novembre 2005 la barre symbolique des 100 millions de console dans le monde et ce après un peu plus de cinq années d'existence. Voir : Gollum, « *Business Pad* » dans *Joypad*, n° 138, février 2004, p. 49 col. 3 ; http://www.scei.co.jp/corporate/data/bizdataps2_e.html
[482] Voir annexe machines ludiques p. 60.

remplacement) des dirigeants historiques de la firme[483]. Avec cette nouvelle génération, Nintendo veut faire oublier l'épisode *Nintendo 64*, et tirer les leçons du passé. La *Gamecube* est ainsi simple à programmer, et elle est dotée d'un lecteur de disque laser (format mini DVD), ce qui constitue une nouveauté pour la marque. Contrairement à ses concurrentes, elle est exclusivement dédiée au jeu, et elle n'a aucune prétention multimédia.

La console est de forme cubique, très compacte, et plusieurs coloris sont disponibles. Elle possède, chose surprenante, une poignée qui symbolise la philosophie de Nintendo et sa vision du jeu vidéo. Pour la firme, la *Gamecube* est un objet de divertissement pour toute la famille, comme un jeu de société. Elle doit donc être aussi conviviale, mais aussi être facilement transportable d'une pièce à l'autre. De plus, Nintendo veut se démarquer de la concurrence en instituant la notion de « *Nintendo Différence* », qui se traduit par la recherche de jeux aux concepts novateurs et de principes ludiques innovant.

La ludothèque de la console se compose des principales licences de la marque, mais aussi de quelques titres forts de Sega comme *Sonic* ou *Phantasy Star Online*. Notons également que le jeu en ligne est possible, mais il est laissé de côté au profit de la connexion *Game Cube* / *Game Boy Advance* (la console portable de la marque). Tous les genres de jeu sont représentés, cependant comme pour la *Nintendo 64*, les jeux d'aventure ne sont pas nombreux. Nintendo s'adresse, avec la *Gamecube*, à tous les joueurs. La firme tente d'atténuer son image d'entreprise qui s'adresse uniquement aux enfants, en proposant avec certains de ses partenaires, des jeux aux contenus plus adultes comme *Bio Hazard* ou *Metroid Prime*.

Malgré ces efforts, cette idée reste forte parmi les joueurs, la presse et les professionnels, au grand dam de Nintendo[484]. La console possède un aspect « jouet » par rapport à ses concurrentes, dont les machines évoquent bien plus le matériel informatique ou hi-fi. Cette allure est principalement due à la poignée de

[483] Voir annexe société p. 86.

[484] Shigeru Miyamoto, dans une interview paru dans la revue *Joypad*, indique que les différents développeurs auxquels il s'adresse lui répondent la plupart du temps que s'ils veulent faire des jeux pour Nintendo, ils cibleront un public jeune. Miyamoto précise qu'ils commettent une erreur en pensant que Nintendo est intéressé uniquement par ce genre de public et de jeux. « Interview Shigeru Miyamoto » dans *Joypad*, n° 118, avril 2002, p. 57 col. 2.

transport au dos de la console, à la déclinaison en plusieurs coloris, et à l'apparence « plastique » de l'appareil. Certains jeux viennent aussi renforcer de cette image.

Si la *Gamecube* connaît le succès et rencontre son public, en revanche, elle est peu à peu abandonnée par les éditeurs tiers parce qu'ils jugent que le public visé par la console est trop restreint. De plus, la concurrence des titres conçus par Nintendo est impitoyable, puisque non seulement ils sont techniquement très aboutis et irréprochables, mais en plus ils ont généralement la préférence des joueurs. A l'image de la *Nintendo 64*, la *Gamecube* apparaît comme une console complémentaire à une autre, conviviale, et spécialisée grâce à quelques titres (*Mario Kart*, *Mario Party*) dans le jeu à plusieurs joueurs. Durant sa carrière, elle est au coude à coude avec la console de Microsoft, et il s'agit de la console Nintendo qui s'est le moins bien vendue.

Microsoft : Xbox[485]

Illustration 2.21: *Xbox*



L'introduction de Microsoft dans le monde des consoles est motivée par la volonté de ne pas se laisser distancer par une entreprise comme Sony dans la distribution de contenus numériques. C'est ce que laisse entendre un article de *Libération* au sujet de la *Xbox* :

« Microsoft a compris dès la fin des années 1990 que la mise au point de sa propre console était l'unique moyen de pénétrer le très juteux marché du jeu vidéo et ses fabuleux débouchés sur le Net […] Pas question de laisser Sony régner seul sur

[485] Voir annexe machines ludiques p. 60.

le marché des réseaux privés, qui proposeront demain des centaines de jeux à leurs abonnés via l'Internet. »[486]

Avec cette console, Microsoft se retrouve dans la même position que Sony en 1994 : celle d'une entreprise célèbre, possédant une puissance financière importante, mais qui doit faire ses preuves dans un secteur où elle est novice. La firme s'attarde, dans un premier temps, à attirer les développeurs dans son camp, puis à impressionner les joueurs et les journalistes grâce à des démonstrations. Notons que la sortie américaine de ce système de jeux marque, non seulement l'arrivée dans les commerces de la première console de l'entreprise, mais aussi de la première console entièrement américaine depuis la sortie (et l'échec) en 1993 de la *Jaguar* d'Atari.

Dès le départ[487], la *Xbox* est comparée à un *PC*[488]. Par exemple, *Le Monde* introduit la console en l'associant à l'ordinateur :

« le temps où les consoles de jeux faisaient figure de pâles copies des ordinateurs personnels est révolu. Les caractéristiques de la XBox en font un véritable PC dévolu aux jeux vidéo […] Deux ans plus tard, la XBox monte encore la barre : processeur Intel Pentium III à 733 MHz, traitement de 120 millions de polygones par seconde, disque dur de 8 gigaoctets, système d'exploitation dérivé de Windows 2000. »[489]

Cette image lui vient de l'association avec Microsoft, ainsi que de sa fiche technique, très proche d'une configuration d'ordinateur[490]. C'est notamment le cas du processeur central (un *Pentium III*) fournit par la société Intel[491], et de la partie

[486] Alix (Christophe), « *Economie* : la *XBOX* sur le ring » dans *Libération.fr*, 14 mars 2002, http://www.liberation.fr/economie/0101406199-la-xbox-sur-le-ring
[487] « *Xbox*, un géant dans l'arène » dans *Joypad*, n° 96, avril 2000, p. 10 col. 1.
[488] Pour certains joueurs, le fait de comparer cette console à un *PC* est péjoratif.
[489] « Un véritable PC dévolu aux jeux vidéo » dans *Le Monde*, 27 février 2002, http://www.lemonde.fr/web/recherche_breve/1,13-0,37-743699,0.html?xtmc=xbox&xtcr=41
[490] De même, le système d'exploitation de la console est dérivé de Windows 2000, tandis que son environnement de développement dispose d'outils connus du monde *PC* et efficace comme *DirectX*. Voir p. 174.
[491] Intel est l'une des principales sociétés fabriquant et fournissant des microprocesseurs dans le monde du *PC*. Notons que lors de l'officialisation de la *Xbox*, la participation d'Intel surprend car tout le monde pensait que Microsoft choisirait la société concurrente AMD pour fournir le processeur. « *Xbox*, un géant dans l'arène » dans *Joypad*, n° 96, avril 2000, p. 10 col. 1.

graphique assurée par la société Nvidia, avec une carte graphique optimisée pour la *Xbox*. La machine est équipée des dernières technologies, et d'un point de vue technique, elle est la console la plus puissante de cette génération.

Elle apporte deux nouveautés (issues de l'univers *PC*) dans le monde des consoles de jeux. La première, c'est la carte *Ethernet*[492] qui donne la possibilité de relier deux machines entre elles, de créer un réseau local, ou de brancher un modem (câble ou ADSL) pour jouer en ligne. La seconde, c'est la présence d'un disque dur (8 Go). Il permet aux joueurs de sauvegarder leurs parties, d'extraire et de stocker les pistes des CD audio pour pouvoir les utiliser dans les jeux (quand ceux-ci l'autorisent). Il est également utilisé par les développeurs pour réduire les temps de chargements durant la partie, et il est indispensable pour accéder aux services en ligne.

Le jeu en ligne est l'un des atouts de la machine. Microsoft crée son réseau, dénommé *Xbox live*, et il le rend simple d'accès et attractif. Pour pouvoir se connecter, il faut posséder obligatoirement une connexion Internet haut débit[493], un kit de connexion, et payer un abonnement. Outre la possibilité de jouer en ligne avec les jeux qui le permettent, le service offre aux joueurs la possibilité de communiquer au moyen d'un micro, de créer des listes d'amis, mais aussi de télécharger de nouveaux contenus pour les jeux (cartes, circuits personnages, correctifs)[494]. Contrairement à la stratégie de Sony, Microsoft centralise et s'occupe de gérer toute l'infrastructure (serveurs, abonnement) de son service connecté. La *Xbox* est véritablement la première console qui démocratise le jeu en ligne sur ce genre de système ludique.

Le public visé par la firme américaine est le même que celui de la *Playstation 2*, c'est-à-dire les adolescents, les jeunes adultes, mais aussi les joueurs fanatiques. La console rencontre le succès aux Etats-Unis (son marché le plus important) et en Europe[495] (en somme sur les marchés occidentaux), grâce à la présence, dès le

[492] « *X-Box*, le rouleau compresseur Microsoft » dans *Joypad*, n° 105, février 2001, p. 18, col. 1.
[493] Par câble ou ADSL.
[494] Rahan, « *X-Box Live* » dans *Joypad*, n° 126, janvier 2003, p. 75 col. 4.
[495] Notons que le prix de lancement de la console en France (fixé à 479 euros) fait polémique, car il est jugé beaucoup trop élevé, et surtout il est plus important qu'au Japon et aux Etats-Unis. Toutefois, dès avril 2002, en

lancement, de jeux impressionnants comme *Halo*[496]. La *Xbox* possède une ludothèque composée de titres axés sur les goûts des Occidentaux. Les jeux d'actions, de sports, de courses ou les FPS[497] sont les genres les plus représentés. Les jeux d'aventure ou de rôle sont minoritaires. La console accueille également un certain nombre de jeux venus du monde du *PC*[498] (ce qui renforce son côté occidental).

Microsoft parvient avec sa première machine, la *Xbox*, à devenir un acteur important du jeu vidéo sur console, comme l'avait fait Sony en son temps avec la *Playstation*, mais néanmoins sans pouvoir s'imposer face à ses concurrents. Elle démontre la différence entre les marchés occidentaux et japonais en terme de fonctionnement et de goûts des joueurs. Ces derniers se montrent méfiants vis-à-vis de Microsoft et de sa réputation. Ils voient en Microsoft une firme désirant abattre ses concurrents grâce à sa puissance financière, pour obtenir le monopole sur le marché du jeu vidéo et imposer ses vues. La *Xbox* est une machine dédiée aux jeux, et au jeu en ligne, avec des prétentions multimédias réduites, qui permet à l'entreprise américaine de faire l'apprentissage du marché des consoles et de ses mœurs, alors dominé par les Japonais.

Conclusion : des consoles multimédias qui font du jeu vidéo un loisir culturel

Le secteur du jeu vidéo change de visage à partir de 1994, sous l'impulsion du nouveau venu Sony et de sa *Playstation*, qui devient un véritable phénomène de société. Alors que le jeu vidéo était une activité jusqu'alors réservée à un public plutôt d'initiés, Sony parvient à intéresser, et à ouvrir le secteur à un public plus large. Le succès de la *Playstation* légitime la pratique du jeu vidéo, et son intégration parmi les industries de divertissements reconnues. Le mot *Playstation* remplace le mot *Nintendo* dans la symbolisation du jeu vidéo dans l'esprit des individus. L'arrivée de Microsoft en 2001 (sept ans après Sony) montre l'effritement de la mainmise des

raison des ventes qui ont du mal à démarrer et à concurrencer la *Playstation 2*, Microsoft baisse le prix de sa console en Europe. Il est alors fixé à 299 euros. « *Industrie* : MICROSOFT : baisse du prix de sa nouvelle console de jeux *Xbox* » dans *Le Monde*, 19 avril 2002, http://www.lemonde.fr/web/recherche_breve/1,13-0,37-751653,0.html?xtmc=xbox&xtcr=30

[496] Voir annexe jeux p. 128.

[497] Voir p. 283.

[498] Il arrive fréquemment que les jeux soient annoncés dans un premier temps sur *PC* et *Xbox*. Puis quelques mois après, ils sont adaptés sur *PS2*.

compagnies spécialisées dans le secteur (chez les constructeurs), au profit des grands groupes de l'électronique de loisir et de l'informatique. La concurrence devient de plus en plus rude, et une véritable guerre de l'image prévaut sur la guerre des logiciels qui avait animé la période précédente. Dans ce nouveau contexte, les investissements deviennent colossaux et les erreurs ne sont plus permises.

Les compagnies historiques du jeu vidéo (Nintendo et Sega) sont affectées par leurs nouveaux concurrents. Sega paye ses erreurs du passé, notamment l'échec de la *Saturn*, puisque la firme se retire de la compétition des constructeurs. Nintendo perd sa place de numéro un sur le marché des consoles de salon, mais résiste grâce à son monopole sur le marché des consoles portables avec la *Game Boy* puis la *Game Boy Advance*. La firme ne parvient pas à se défaire de son image enfantine et de fabricant de jouet qu'elle avait donné aux consoles pour relancer ce segment du loisir « vidéoludique ».

Le marché des jeux vidéo devenant plus mature, la console de jeu cesse peu à peu d'être perçue comme un jouet. Son aspect extérieur se modifie pour adopter une apparence plus adulte et sérieuse, proche d'un appareil hi-fi ou informatique. Les machines gagnent en puissance, et leurs caractéristiques convergent vers celles d'un ordinateur *PC*. En plus du processeur central fabriqué spécialement pour une console spécifique, les cartes graphiques dédiées à la troisième dimension, jusqu'alors réservées aux ordinateurs, deviennent un élément essentiel de ces systèmes dédiés entièrement aux jeux. Certaines interfaces (de l'ordinateur) sont même reprises comme l'*USB* ou les prises *Ethernet*, et il en est de même pour des périphériques tels que le clavier ou le disque dur. Enfin, le jeu en ligne fait son entrée dans le monde des consoles avec la *Dreamcast*, mais surtout avec la *Xbox*.

Cette nouvelle ère du jeu vidéo apporte aux joueurs des machines toujours plus perfectionnées avec des options qui dépassent le cadre ludique, comme la possibilité de lire des CD audio, des DVD vidéo, ou d'aller sur Internet. En somme, tous les loisirs vidéo et audio convergent vers un même point central : la console. Les jeux se veulent toujours plus réalistes, mais l'augmentation des coûts de production contraint les éditeurs à les sortir sur tous les supports en même temps, rendant les ludothèques des différentes machines de plus en plus uniformes. Cette période

révèle également l'émergence et l'importance du marché européen sur le plan mondial.

En portant un regard sur la période suivante, nous pouvons voir que les tendances initiées à la fin des années 1990 et au début des années 2000 continuent. Elles sont même renforcées avec une convergence toujours plus poussée des loisirs issus des « écrans » et du numérique. La console est davantage connectée à Internet afin de proposer des services en ligne qui regroupent à la fois le jeu et l'audiovisuel, avec une volonté de devenir un réseau de divertissement aussi bien marchand que social. Cette stratégie est suivie par Sony et Microsoft avec les consoles *Playstation 3* et *Xbox 360*. Ces deux machines se veulent en phase avec les technologies du moment, notamment en accompagnant la commercialisation des télévisions haute définition. De plus, la *Playstation 3* est un moyen pour Sony d'imposer un nouveau disque optique, le *Blu-Ray*. Elles attirent surtout les joueurs fanatiques. Cependant, Nintendo choisit de se singulariser en proposant la *Wii*, une console moins performante, mais dont le principe est basé autour de la reconnaissance des mouvements dans l'espace. La console séduit davantage les jeunes et le public de joueurs occasionnels. Deux voies s'ouvrent alors pour le jeu vidéo. D'un côté, une interconnexion des différentes pratiques culturelles qui entrent dans les mondes numériques. De l'autre, la démocratisation de la reconnaissance des mouvements. Enfin, la période qui s'ouvre est une époque où les jeux vidéo sont de plus en plus présents dans la société, et où il est de plus en plus facile de jouer.

d) Les consoles portables

La console portable constitue la dernière grande famille de machine ludique qui s'est développée sur le marché des jeux vidéo. Conçue dans le but d'être transportée, cette petite console regroupe en son sein tout ce qu'il faut pour jouer à l'extérieur, et de façon nomade. Ainsi, elle possède son propre écran, des commandes (croix de direction, bouton), et un emplacement pour les différents jeux, qui prennent généralement la forme de cartouches interchangeables. Par rapport aux consoles « de salon », les consoles portables sont moins puissantes, et elles ont globalement une génération de retard. Durant notre période d'étude, les différents modèles de consoles portables fonctionnent au moyen de piles. Néanmoins, au début de l'an 2000, cette source d'énergie laisse sa place aux batteries rechargeables (au lithium)[499]. Il faut souligner que l'autonomie représente une donnée essentielle de ce type de système[500]. Elle se doit être suffisante pour ne pas grever l'expérience ludique des joueurs, c'est-à-dire avoir une durée convenable pour éviter les arrêts inopinés de l'appareil, mais surtout le remplacement intempestif des piles. La bibliothèque de jeux sur console portable est la même, au niveau des genres (de jeux), que ceux des machines dites de « salon ». Toutefois, comme pour les jeux d'arcade, certains traits caractéristiques apparaissent. De cette manière, ils sont pensés pour des parties plus ou moins courtes, susceptibles d'être arrêtées à tout moment.

La première portable de l'industrie est à mettre au crédit de la société américaine MB, qui sort la *Microvision*[501] en 1979. Cependant, elle ne lance pas une mode des dispositifs de jeux portatifs, et les différents fabricants n'explorent pas davantage ce concept[502]. Le jeu vidéo mobile n'en est pas pour autant oublié et délaissé, car

[499] L'une des premières consoles portables à utiliser une batterie est la *Game Boy Advance SP* de Nintendo, commercialisée à partir de 2003.
[500] Cet élément entre en compte dans la conception de la console, notamment dans le choix de son écran (quelle technologie d'écran, couleur, monochrome).
[501] La console est également sortie en France mais les documents consultés ne mentionnent aucune date précise pour sa commercialisation dans l'hexagone. Voir annexe machines ludiques p. 61.
[502] Néanmoins, une autre machine de ce type apparaît en fin d'année 1984. Commercialisée par la société Romtec Bazin, la *Color Vision* a la faculté de recevoir plusieurs titres sur cartouche. Elle possède l'aspect d'une petite borne d'arcade que l'on pose sur la table, et qui possède un écran LCD. Le magazine *Tilt* la défini comme « une véritable mini console à cartouche interchangeable ». La *Color Vision* ne semble pas avoir rencontrée le succès, car par la suite, le magazine ne fait plus mention de cette dernière. « *Les mini qui marchent* » dans *Tilt,* n° 17, novembre/décembre 1984, p. 110 col. 1.

durant la première moitié des années 1980, il est l'apanage des jeux électroniques, dont on admet communément qu'ils sont les ancêtres des consoles portables.

Les jeux électroniques

Illustration 2.22: *Game and Watch*



Contrairement à une console portable, le jeu électronique n'a pas la capacité de recevoir plusieurs programmes ludiques. Il ne contient qu'un seul et unique jeu, et pour en changer, il faut recourir à un nouveau boîtier. Les premiers jeux électroniques apparaissent au milieu des années 1970 aux Etats-Unis, et ils sont rudimentaires d'un point de vue technique (écran composé de LED rouge, effets sonores limités), et de l'interaction avec le joueur[503]. La popularité des jeux électroniques auprès du public vient d'une gamme de produit, lancée par Nintendo en 1980, les *Game & Watch*[504]. Ils se présentent sous la forme d'un petit boîtier plat, qui peut aisément se glisser dans une poche. Ils sont pourvus d'un écran à cristaux liquides (monochrome), et ils sont alimentés par deux piles boutons (LR44)[505]. Enfin, ils disposent d'options comme une fonction alarme, ou la possibilité de donner l'heure. En France, la mode des jeux électroniques demeurent jusqu'au début des années 1990. En plus de Nintendo, des firmes comme Lansay, Tiger, Ludotronic, ou Bandai s'investissent dans ce segment des jeux vidéo.

[503] Mattel commercialise en 1977 les jeux *Auto Race* et *Electronic Football*. Ces deux jeux fonctionnent sur le même principe : le joueur doit éviter les obstacles (représentés par des points), en déplaçant à l'aide des boutons, sa voiture ou son footballeur (symbolisés par des points plus lumineux que les obstacles). Caoili (Eric), « *News* : *feature* : *A History of Gaming Platforms:* Mattel *Intellivision* » dans *Gamasutra.com*, 8 mai 2008, http://www.gamasutra.com/php-bin/news_index.php?story=18518

[504] Voir annexe machines ludiques p. 62.

[505] Notons que les commandes prennent la forme de boutons, tant pour les directions (généralement un pour la droite et un pour la gauche), que pour des actions spécifiques (comme le saut). Toutefois, c'est sur ce type de produit ludique que Nintendo introduit la croix « multidirectionnelle » qui permet de diriger le personnage à l'écran.

Les jeux proposés sont simples, sans fin, et ils font appels aux réflexes des joueurs. Plus ces derniers progressent dans les tableaux, et plus le rythme de la partie s'accélère. Le but du jeu est de réaliser le meilleur score possible. Si les mécanismes du jeu sont globalement les mêmes pour l'ensemble des titres proposés, leurs mises en scènes sont à chaque fois différentes[506]. L'intérêt ludique des jeux électroniques est réel, notamment pour ceux de Nintendo. Ils offrent globalement des jeux agréables et variés, aux saynètes vivantes, qui présentent des situations anodines auxquelles on donne une importance fondamentale[507]. Ils abordent des thèmes variés, qui mettent en scène ou non des personnages célèbres comme Popeye ou Snoopy. Parfois, des adaptations des grands jeux d'arcade sortent sous ce format[508].

Le déclin des jeux électroniques se fait au fur et à mesure de la progression des consoles et des micro-ordinateurs. Ceux-ci offrent aux joueurs, des titres plus aboutis techniquement, ainsi que de meilleures conditions de jeu[509]. En plus du manque d'évolution et de leur relative difficulté, ils sont handicapés par leurs prix plus ou moins équivalents à ceux des jeux des machines de salon. Les jeux électroniques apparaissent à une époque où le jeu vidéo domestique se démocratise, et ils sont une première étape vers le jeu vidéo nomade[510]. Si par la suite, le public se tourne vers les consoles portables, ils ne disparaissent pas pour autant. Ils continuent d'exister, mais ils sont alors plutôt destinés aux jeunes enfants[511].

Les consoles portables

Illustration 2.23: *Game Boy*

[506] Gorges (Florent), « *Game & Watch* historica » dans *Gamefan*, n°4, octobre 2004, p. 100 col. 1.
[507] Le prétexte amenant le jeu est raconté sous forme d'histoire, assez frivole, qui s'inspire des *cartoons* américains.
[508] *Tilt* chronique dans ses colonnes, des adaptations de *Space Invaders*, de *Zaxxon* ou bien encore de *Pac-Man*. « Les minis qui marchent » dans *Tilt*, n° 17, novembre – décembre 1984, p. 112 col. 2.
[509] Parmi les lacunes, *Tilt* signale l'absence de luminosité de l'écran ce qui peut être gênant en cas d'éclairage insuffisant ou bien encore la relative facilité à abîmer l'objet (écran ou boîtier rayé). Blottière (Jean-Michel), « Les jeux à cristaux liquides » dans *Tilt*, n° 1, septembre/octobre 1982, p. 28 col. 4.
[510] Ils permettent au public de se familiariser avec un objet électronique ludique qui s'emporte avec soi.
[511] Ils peuvent être perçus comme une introduction aux jeux vidéo.



Le secteur des jeux vidéo sur consoles portables se développe principalement à partir de 1989[512], lorsque Nintendo commercialise la *Game Boy*[513]. Pour schématiser, cette console est un *Game and Watch* à jeux multiples, avec les capacités techniques de la *NES*, la console 8 bits de la marque[514] (lors de sa sortie, elle donc n'est pas à la pointe de la technologie). Elle possède un écran monochrome à cristaux liquides, dont le principal avantage est d'être économique, tant sur le plan financier, que sur le plan énergétique. Contrairement à la politique de Nintendo pour ses machines ludiques, cette console portable ne dispose pas de protection « géographique ». Toutes les consoles sont compatibles entre elles, et avec les jeux de toutes les zones, ce qui est apprécié de certains joueurs fanatiques.

La *Game Boy* est un succès commercial incontesté et sans précédent. Elle est perçue par la plupart des joueurs comme la première console portable de l'histoire, mais aussi comme la descendante des illustres *Game and Watch*[515]. Sa réussite provient de son caractère authentiquement « portable » que lui confèrent son physique et ses capacités techniques. Elle est petite, possède une excellente ergonomie, mais surtout, elle a une très grande autonomie (grâce à son écran monochrome) ce qui apporte aux joueurs, un confort d'utilisation supplémentaire[516]. Son prix et celui de ses jeux sont également un élément décisif dans le choix du public. La portable est moins onéreuse que la concurrence, mais aussi par rapport aux machines ludiques de « salon ». Autre élément en sa faveur, sa ludothèque qui devient rapidement plus riche que celle de ses concurrents. Elle se compose de titres

[512] Cependant, en France, il faut attendre officiellement septembre 1990.
[513] Voir annexe machines ludiques p. 64.
[514] Gorges (Florent), « Retro Historica : Nintendo *Game Boy* » dans *Gamefan*, n° 5, novembre 2004, p. 96 col. 2.
[515] Ces idées sont véhiculées dans les articles de presse qui indiquent à plusieurs reprises le caractère pionnier de la console et son affiliation avec les jeux électroniques de Nintendo. Il s'agit aussi pour les journalistes de présenter la nouvelle machine par rapport à un appareil connu du public.
[516] Au confort physique lorsque le joueur tient la console dans ses mains, il faut ajouter, comme nous avons pu déjà le dire, l'économie réalisée sur l'achat des piles et leurs changements qui ne sont pas incessants. De plus, lorsque l'énergie vient à manquer, la console ne s'éteint pas d'un coup. Progressivement, l'affichage de l'écran devient de moins en moins visible.

de tout genre, plaisant à jouer, et extrêmement accrocheur. Parmi les jeux emblématiques de la console, nous pouvons noter *Tetris*[517] et *Pokemon*[518].

La *Game Boy* est une machine ludique qui connaît une grande longévité, inédite pour une console de jeux, puisqu'elle est exploitée commercialement durant douze années, entre 1989 et 2001. Pendant son existence, elle connaît quelques évolutions, comme l'apparition de modèles de différentes couleurs, de taille réduite (*Game Boy Pocket*), mais surtout en 1998, d'une unité avec un écran couleur, la *Game Boy Color*. A une époque où le jeu vidéo est synonyme, pour la majorité du public, d'activité réservée aux enfants et aux seuls fanatiques, la portable de Nintendo réussi à élargir (en France et en Europe notamment) la cible traditionnelle de ce loisir. Son public est ainsi hétéroclite. Il est composé aussi bien d'adultes, de femmes, que de « non-joueurs ».

La concurrence ne réussit pas à inquiéter Nintendo, et à pénétrer durablement le segment des consoles portables. Pendant ces douze années, ce ne sont pas moins de cinq concurrents qui tentent de détrôner Nintendo, avec des consoles aux caractéristiques techniques supérieures à celles de la *Game Boy*. Ces systèmes de jeux portables peuvent se ranger en deux catégories, selon leurs dates de sortie, et la politique du constructeur par rapport à l'écran de la machine. Les trois premières consoles sortent au début des années 1990, et elles sont pourvues d'un écran couleur. Il s'agit de la *Lynx* d'Atari[519], de la *Game Gear* de Sega[520], et de la *PC Engine GT* de Nec[521]. Les deux suivantes, la *Neo Geo Pocket* de SNK[522], et la

[517] *Tétris* est un jeu qui peut justifier à lui seul l'achat de la console aux yeux des joueurs. En outre, il est pourvu d'un principe simple, immédiatement compréhensible. Le jeu n'a pas de but précis, et le joueur se contente de relayer le meilleur score possible, à travers sa progression marqué par l'accélération de la vitesse du jeu. Voir annexe jeux p. 159.
[518] *Pokemon* est un jeu de rôle dans lequel les joueurs sont invités à devenir le meilleur dresseur de *Pokemon*, des petits monstres qu'ils attrapent, font combattre, puis gèrent tout au long du jeu. Pour Nintendo, le triomphe mondial de *Pokemon* est important, puisqu'il permet à la firme de ne pas sombrer face à la concurrence de Sony. Grâce à ce jeu, qui devient une franchise de la marque, Nintendo engrange des records de ventes, de forts bénéfices (ventes de jeux, et produits dérivés), mais aussi, la société s'assure une nouvelle base de fanatiques. Il lui permet de donner une nouvelle jeunesse à la *Game Boy* qui devient la première console de l'histoire à dépasser les cent millions d'exemplaires vendus à travers le monde. Voir : annexe jeux p. 141 ; Ichbiah (Daniel), « extrait du livre : *Les événements de l'année - Internet, jeu vidéo & multimédia* » dans *ichbiah.online.fr*, http://ichbiah.online.fr/extraits/events/pokemon.htm
[519] Voir annexe machines ludiques p. 64.
[520] *Ibid.* p. 65.
[521] *Ibid.* p. 66.
[522] *Ibid.*

WonderSwan de Bandai[523] sont commercialisées à la fin de la décennie 1990, et elles sont équipées dans un premier temps d'un écran monochrome, avant de connaître une version couleur.

Illustration 2.24: *Game Boy Advance* et *Game Boy Advance SP*



Nintendo décide de mettre fin à la carrière de sa première console portable en 2001, avec la *Game Boy Advance*. Au moment de sa sortie, cette nouvelle machine est la console la plus puissante du marché portable, et Nintendo est dans une position de quasi monopole sur ce segment de l'industrie. La *Game Boy Advance* est à peu de chose près, une console 16 bits miniature, qui dispose d'un écran couleur, et dont l'aspect est le fruit d'un Français[524]. Elle apparaît également comme l'un des derniers bastions des jeux vidéo en deux dimensions[525], ce qui retient l'attention. En outre, elle demeure compatible avec les jeux de la première *Game Boy*. Cependant, la console n'est pas exempte de défauts, et le principal grief des joueurs se concentre sur l'écran. Dépourvu de rétro-éclairage, celui-ci se révèle être sombre, ce qui provoque une vraie gêne lors des parties, car les joueurs doivent trouver, de ce fait, une source de lumière adéquate, pour pouvoir jouer dans de bonnes conditions. Ce problème est résolu avec la commercialisation d'un nouveau modèle, nommé *Game Boy Advance SP* (pour *spécial*)[526]. L'apparence de cette nouvelle mouture est radicalement différente de la première (prise en main à la verticale, console « à clapet » qui permet de la refermer sur elle-même, et de protéger ainsi l'écran). Son image est plus sobre, et elle fait plus sérieuse et moderne (moins jouet, et plus dans

[523] *Ibid.* p. 67.
[524] Le dessinateur Nicolas Gwenael est celui qui a réalisé l'aspect de la console. C'est sa première, et apparemment sa seule, collaboration à l'univers des jeux vidéo. Il faut noter que la presse spécialisée n'a jamais mentionné cette information. http://www.curiosity.jp/eng/works/details.cgi?s=6;t=53;cq=1
[525] Les jeux vidéo en deux dimensions ne disparaissent pas, mais sur console de « salon » ils sont de plus en plus minoritaires. Or, sur la *Game Boy Advance*, ils sont une majorité parce que la console a des capacités limitées en trois dimensions.
[526] Voir annexe machines ludiques p. 67.

les inclinations des appareils mobiles de l'époque). La version *SP* apporte en plus de l'écran rétro-eclairé, une alimentation par batterie plutôt que par piles.

Conclusion : des appareils mobiles d'avant-gardes ?

Les consoles portables apparaissent au milieu des années 1970 aux Etats-Unis, sur un marché du jeu vidéo domestique constitué alors, des « consoles *Pong* », et des premières consoles à cartouches interchangeables (*Atari VCS*). Il n'est cependant pas encore question de marché spécifique. C'est avec l'apparition des *Game and Watch* de Nintendo en 1980, que le jeu vidéo portable commence à se définir et à acquérir une existence aux yeux du public. Globalement, les jeux électroniques émergent durant une période où les Japonais dynamisent l'industrie tout entière, et ils jettent les bases de ce segment des consoles. Ils se présentent comme des jeux simples, jouables immédiatement. Néanmoins, le public s'en détourne principalement en raison des évolutions techniques, qui les rendent obsolètes, et surtout onéreux par rapport au prix, et à la qualité des jeux sur ordinateurs et consoles de salon.

La sortie de la *Game Boy* en 1989 marque à la fois le renouveau des dispositifs ludiques nomades, et l'avènement du marché des consoles portables. Nintendo crée une console miniature, qui reçoit l'adhésion des développeurs et des joueurs, mais aussi d'un public plus large que la cible habituelle de ce loisir. Le succès de la console tient dans son prix et dans celui de ses jeux, ainsi que dans son « statut véritable de portable »[527]. Elle est petite, légère, et elle dispose d'une grande autonomie. Sa bibliothèque de programmes est constituée de nombreux jeux de qualité, et adaptés à l'esprit mobile, comme *Tétris*. Si la concurrence ne tarde pas à proposer des alternatives techniquement supérieures[528], elle n'est jamais en mesure d'inquiéter la *Game Boy*.

[527] « *News Europe* : *Game Boy Couleur* » dans *Joypad*, n° 82, janvier 1999, p. 44 col. 1.
[528] Certaines entreprises tentent de profiter du succès de la *Game Boy* en commercialisant au contraire des clones de qualité inférieure. Ces machines disposent d'un nombre restreint de jeux, et elles connaissent une durée de vie commerciale faible. On peut citer la *Game Note* ou la *Gamate* de Yeno, la *Game Plus* de Delpay ou la *Supervision*. Généralement, elles ciblent en priorité les enfants, et non pas les joueurs.

Pour Nintendo, la réussite de la *Game Boy* est capitale, au moment où la firme connaît des difficultés sur le marché des consoles de salon. Bousculée par Sony et sa *Playstation* qui s'empare de son *leadership*, mais aussi par Microsoft et sa *Xbox*, l'entreprise est portée par sa portable, et le phénomène *Pokemon*. La domination de Nintendo sur ce segment permet de contrebalancer les résultats mitigés de la *Nintendo 64* et de la *Game Cube*, et de maintenir l'entreprise dans une bonne santé financière.

La prospérité du marché des consoles portables est également à mettre en parallèle avec le succès et le développement, de plus en plus important à la fin du vingtième siècle, des appareils nomades, issus des nouvelles technologies. La *Game Boy Color* puis la *Game Boy Advance* se situent dans cette dynamique, incluant les ordinateurs portables, les baladeurs *MP3*, ainsi que les téléphones portables. Les jeux vidéo s'invitent par ailleurs, sur ce dernier support, qui bénéficie dans un premier temps de jeux classiques (*serpent*, *solitaire*), avant de disposer de jeux plus élaborés, rappelant ceux des consoles portables. La société Nokia[529] illustre cette convergence des produits, par l'annonce au début de l'année 2003[530], de la *N-Gage*, un produit hybride à la fois téléphone et console de jeu.

La fin de notre période d'étude coïncide avec la mise en place de changements importants sur le secteur des consoles portables, dont les répercutions touchent l'industrie dans son ensemble. En effet, Sony annonce son intention de lancer (en 2004) sa première portable, la *Playstation Portable* (ou *PSP*), et ainsi son ambition de concurrencer Nintendo. La *Playstation Portable* est une console multimédia, techniquement avancée, qui marque un peu plus le penchant, amorcé par les consoles 32 bits et 128 bits, vers un centre unique des loisirs numériques (musique, cinéma, jeux). De forme horizontale, la machine a un écran large (16/9^{e}), un support de stockage optique appelé UMD[531], et des caractéristiques proches de celles de la *Playstation 2*. Elle est aussi capable d'être un lecteur de films, de musique, et elle possède même la possibilité de naviguer sur Internet. Nintendo réplique par l'annonce d'une nouvelle console portable, la *Nintendo DS* (pour *Dual Screen*), dont

[529] Nokia est un des principaux fabricants de téléphone portable.
[530] Julo, « *Made in* Europe : *N-Gage* : Nokia se lance » dans *Joypad*, n° 128, mars 2003, p. 50 col. 1.
[531] L'UMD est une sorte de mini DVD qui prend place dans une cartouche plastique.

la particularité est d'être dotée de deux écrans, dont un tactile. Son orientation est entièrement ludique, comme pour les autres consoles de Nintendo, et elle ne dispose pas d'options multimédias.

Les deux nouvelles portables annoncées démontrent les différences qui peuvent exister entre ces deux entreprises, au niveau des politiques commerciales, et de la conception du jeu vidéo. Les enjeux sont radicalement différents puisque, pour Sony, il s'agit de pénétrer un marché qui lui échappe, alors que Nintendo doit défendre une de ses principales sources de revenu. Si Sony compte prendre des parts de marché en appliquant les méthodes lui ayant permis de dominer le secteur des consoles ; Nintendo pense pouvoir repousser son concurrent, en pariant sur une nouvelle démocratisation des jeux vidéo, et la séduction du grand public.

3) Les ordinateurs

a) Les premiers micro-ordinateurs familiaux

L'ordinateur est d'un point de vue chronologique le troisième et le dernier type d'appareil de référence en matière de jeux vidéo à être disponible pour le public. En France, si les premiers micro-ordinateurs sont commercialisés durant la seconde moitié des années 1970, le marché commence à réellement se développer à partir de 1979[532]. De cette manière, c'est durant la première partie des années 1980 que ces systèmes font l'actualité, et qu'ils connaissent un certain engouement. En outre, ils viennent enrichir l'offre de systèmes de jeux, qui progressent dans l'hexagone durant cette période, et qui compte les jeux électroniques, les consoles, et les bornes d'arcade. Ces premiers ordinateurs destinés au grand public sont de génération 8 bits, et nous allons nous intéresser avec cette partie, en priorité aux modèles réputés pour les jeux vidéo.

Les ordinateurs 8 bits

Les ordinateurs de la génération 8 bits proposés par les constructeurs sont quasiment tous identiques d'une marque à l'autre. Ils se composent d'une unité centrale, comportant le clavier, que la majorité des utilisateurs relie à la télévision, et non pas à un moniteur dédié, parce que ceux-ci sont trop onéreux[533]. Cette solution se trouve être la moins pratique, et surtout la moins performante[534]. Les programmes (jeux ou autres) sont stockés sur des cartouches, des cassettes audio, ou bien alors sur des disquettes[535]. Certains modèles (d'ordinateurs) ne disposent pas

[532] Spéranza (René, directeur de la rédaction), *Le guide silicium des micro-ordinateurs anciens 1973-1993, édition 2007*, Toulouse, Silicium Editions, 2006, 360 p. ; p. 22.
[533] D'ailleurs, nous pouvons noter que les moniteurs ne sont même pas proposés à la vente pour le grand public (sauf exception).
[534] En particulier lorsque la liaison est faite au moyen de la prise antenne. Des problèmes d'affichage des graphismes peuvent apparaître, et être notamment liés à une incompatibilité entre l'ordinateur et la télévision (il faut veiller à ce que les deux appareils soient SECAM ou PAL), ou bien à une modulation/démodulation du signal. En outre, l'utilisateur doit chercher le canal de diffusion ce qui peut se révéler fastidieux. Précisons que l'affichage optimum sur un poste de télévision est obtenu en raccordant le micro-ordinateur à l'aide de la prise péritélévision (celle-ci dispense en plus de la recherche du canal dédié à l'ordinateur).
[535] Notons que les disquettes ne sont pas encore généralisées, et qu'elles sont peu utilisées par le grand public. Le principal frein à leur démocratisation à cette époque est le coût élevé de ce media (disquette vierge, prix des logiciels sur disquette), et du lecteur pour pouvoir les lire et les utiliser.

d'emplacement pour pouvoir insérer les logiciels, ce qui oblige les utilisateurs à acheter en plus un lecteur spécifique (lecteur de cassettes audio ou de disquettes).

Les caractéristiques techniques de ces machines sont également similaires. Dans l'ensemble, elles disposent d'une faible puissance qui limite les possibilités offertes aux usagers. En outre, leur utilisation n'est pas aisée car le système d'exploitation gérant l'appareil ne comporte pas d'éléments graphiques (comme un bureau ou des icônes). De ce fait, pour pouvoir s'en servir, il faut recourir (et donc connaître) au langage de l'ordinateur, afin de lui donner des ordres au moyen de lignes (phrases) de commande (par exemple pour lancer un programme). Les acquéreurs d'un ordinateur utilisent ce nouveau matériel pour effectuer principalement des opérations de bureautique (rédaction de courriers, gestion du budget), faire de la programmation mais surtout pour jouer[536]. Par rapport aux deux premières utilisations citées[537], les jeux vidéo apparaissent comme une application grand public, simple d'emploi, mais aussi fascinante. C'est le seul genre de programmes proposé par l'ordinateur capable d'émerveiller le consommateur, et de le pousser à l'achat. Surtout, le jeu s'avère être la principale (et parfois la seule) activité des possesseurs de ce type de machine.

Une multitude de micro-ordinateurs non compatibles entre eux apparaissent sur le marché français au début des années 1980, avec tous les problèmes que cela pose en termes de choix. Un magazine comme *Tilt* conseil par exemple aux joueurs de sélectionner leur ordinateur en fonction du nombre de programme et de leur qualité, mais aussi parmi les références qui ont fait leurs preuves sur le marché[538]. Nous pouvons dégager de la pléthore de machines disponibles en France, au moins trois grands groupes. Le premier concerne les ordinateurs aux standards *MSX*, et

[536] Renault (Jean-Loup), « La puissance ou le prix ? » dans *Tilt*, n° 60 guide 1989, p. 120 col. 2.
[537] La bureautique se révèle limitée en raison des restrictions logicielles et matérielles. Les programmes sont, non seulement basiques, mais en plus leur potentiel est réduit, en raison de l'absence d'une imprimante, dans la plupart des foyers. Ce périphérique coûte cher, et il n'est pas encore démocratisé. Quant à la programmation, elle s'adresse avant tout à une frange spécifique des utilisateurs, et elle requiert l'apprentissage d'un langage (pour majorité des utilisateurs qui ne sont pas des informaticiens professionnels, il s'agit du langage *BASIC*).
[538] Le magazine indique que la relative difficulté à entrevoir l'avenir d'une machine donnée, en dépit de ses promesses et de ses caractéristiques, doit pousser le consommateur à un certain conformisme, en se tournant vers des ordinateurs utilisés par le plus grand nombre. Le risque pour l'utilisateur est de voir son appareil abandonné par les concepteurs de jeux ou de programmes, et donc avoir une bibliothèque de logiciel restreinte, qui n'est plus alimentée en nouveautés. Voir : « Le bon choix » dans *Tilt*, n° 8, novembre/décembre 1983, p. 46 col. 3 ; Desmedt (Patrice), « Pratique : consoles et micros, un choix explosif » dans *Tilt*, n° 17, novembre/décembre 1984, p. 25 col. 2.

ceux de l'entreprise française Thomson. Les deux autres regroupent des systèmes d'origine américaine et anglaise.

Les ordinateurs 8 bits MSX et Thomson

Nous avons choisi de regrouper ces deux familles d'ordinateur, car elles connaissent un destin similaire auprès des utilisateurs. Leur succès est, non seulement mitigé mais en plus, il se localise principalement dans leur pays d'origine. Le *MSX* est ainsi essentiellement utilisé au Japon, tandis que les appareils de Thomson le sont principalement (et quasi uniquement) en France. En outre, le jugement de la presse est également identique. Dans un premier temps, elle s'enthousiasme pour ces machines, puis dans un second temps, au fur et à mesure des années, elle révise son jugement, et elle se montre de plus en plus sceptique.

Les ordinateurs MSX[539]

Illustration 2.25: Ordinateur *MSX Sony Hit Bit*



Le *MSX* se veut une norme qui propose une standardisation des ordinateurs domestiques, à une époque où toutes les machines sont incompatibles. Les ordinateurs *MSX* sont basés sur des caractéristiques communes, permettant ainsi une pleine compatibilité entre des ordinateurs de marques différentes. Des grandes entreprises de l'électronique, majoritairement japonaises, participent au projet, en se chargeant de concevoir, et de commercialiser les machines *MSX*. Cette promesse de d'une standardisation de l'informatique est vue comme un possible tournant pour le marché, mais aussi pour les joueurs[540]. Toutefois, en Europe et particulièrement en France, les ordinateurs *MSX* sont, non seulement noyés dans la masse des

[539] Voir annexe machines ludiques p. 68.
[540] « 1984 : objectif standard » dans *Tilt*, n° 16, octobre 1984, p. 8 col. 1.

ordinateurs 8 bits, mais en plus ils doivent faire face à la redoutable concurrence d'Amstrad[541]. Ajoutons que certains éditeurs de jeux japonais se sont révélés sur ordinateur *MSX* (comme Konami ou Hudson Soft[542]), et que quelques franchises du monde des consoles sont apparues pour la première fois sur ces ordinateurs[543].

Thomson : TO7 et MO5[544]

Illustration 2.26: *Thomson TO7 et MO5*




Quand à Thomson, il s'agit d'une des seules entreprises françaises, à proposer des ordinateurs familiaux durant notre période d'étude. Deux modèles sont essentiellement connus des joueurs. Le premier est le *TO7*, dont la particularité de disposer d'un crayon optique afin de faciliter l'utilisation de la machine. Le second est le *MO5*, qui se veut une version simplifiée du premier. Ils attirent l'attention surtout en raison de leur origine française, mais aussi parce que Thomson participe au plan *Informatique Pour Tous* lancé par le gouvernement français en 1985[545]. Pour les joueurs, les produits informatiques Thomson ne sont pas intéressants, principalement parce que la bibliothèque de programmes est pauvre en jeux vidéo. De plus, les logiciels ludiques sont surtout des jeux éducatifs[546], qui est un genre très peu apprécié des joueurs. Globalement, étant donné qu'ils ne sont commercialisés qu'en France[547], les ordinateurs Thomson ne sont pourvus en programmes que par les entreprises de l'hexagone. En conséquence, certains jeux ne sont pas adaptés sur cette marque de systèmes informatiques.

[541] Voir p. 162.
[542] Voir annexe sociétés p. 92.
[543] Nous pensons notamment à *Metal Gear*, *Parodius*, ou *Bomberman*. Voir annexe jeux p. 136, p. 140 et p. 107.
[544] Voir annexe machines ludiques p. 70.
[545] Voir p. 686.
[546] Voir p. 253.
[547] Big Bad Wolf, « *Tilt journal* : Thomson : le glas » dans *Tilt*, n° 64, mars 1989, p. 32 col. 2.

Les ordinateurs 8 bits américains

Les ordinateurs de la génération 8 bits d'origine américaine qui parviennent en France, ont remporté au préalable un succès conséquent aux Etats-Unis, alors premier marché mondial des jeux vidéo. Ils appartiennent aux sociétés Apple, Atari et Commodore, et ils sont reconnus aussi bien par les professionnels du secteur que par les utilisateurs. Ainsi, lorsqu'ils apparaissent dans l'hexagone, ils ont non seulement une bonne réputation, mais en plus ils disposent déjà d'une bibliothèque programmes fournies. Toutefois, leur succès sur le marché français n'est pas éclatant, voire il est mitigé en raison de leurs prix trop élevés, ou parce que ces appareils sont commercialisés tardivement. De plus, dans certains cas, il y a aussi des problèmes de distribution. Nous allons nous intéresser aux ordinateurs *Apple II* (Apple), *Atari 400/800* et *600XL*/*800XL* (Atari), et enfin au *Vic 20* et *Commodore 64* (Commodore).

Apple : Apple II[548]

Illustration 2.27*: Apple II*



L'*Apple II* est une machine populaire qui amorce la démocratisation de l'informatique auprès du grand public. Il est commercialisé en France en septembre 1977[549], et il connaît tout au long de sa carrière commerciale, des évolutions qui concernent son aspect et ses performances. Le succès de la gamme *Apple II* provient de la qualité de sa conception. Il est d'une fabrication irréprochable, mais en plus c'est un système livré prêt à l'emploi[550]. L'ordinateur se montre polyvalent,

[548] Voir annexe machines ludiques p. 71.
[549] « Panorama : 46 ordinateurs de 900 à 25000 francs » dans *L'Ordinateur Individuel*, n° 3, décembre 1978, p. 45 col. 2.
[550] Harbornn (Jacques), « *Apple 2* » dans *Tilt*, n° 25, octobre 1985, p. 87 col. 3.

simple d'utilisation, et il peut convenir à la fois aux amateurs (dont les joueurs), et aux professionnels (profession libérale, scientifique, petite entreprise). La possibilité de lui adjoindre des extensions sous forme de carte, pour lui apporter des nouvelles fonctionnalités, ou lui donner plus de puissance, est également fortement appréciée[551]. Sa bibliothèque de programme est importante, et en terme de jeux vidéo, elle couvre un large choix de titres. Ses domaines de prédilections sont les jeux d'aventure, les wargames et les simulations. Néanmoins, malgré toutes les qualités de cet ordinateur, nombreux sont les joueurs à ne pas choisir Apple, à cause du coût élevé du la machine et de ses programmes[552]. L'*Apple II* est une machine haut de gamme, dont le rapport qualité/prix est de plus en plus défavorable face à la concurrence. Sans compter que les éditeurs de jeux se détournent d'Apple car le piratage s'est largement développé sur son système informatique.

Atari : Atari 400/800 et 600XL/800XL[553]

Illustration 2.28: *Atari 400/800 et 800XL*



En ce qui concerne les ordinateurs de la société Atari, les quatre modèles que nous répertorions[554] (*Atari 400/800* et *600XL/800XL[555]*) sont très proches du point de

[551] Soulignons que ce concept de machine ouverte et modulable est à la base de l'ordinateur *PC* (c'est aussi ce qui permet en partie son développement et sa démocratisation).
[552] En fin d'année 1978, la machine coûte 8055 francs (1228 euros) chez les revendeurs comme la Fnac, Computer Boutique ou les Galeries Lafayette. De même, les jeux qui sont pour la plupart sur disquette, coûtent très chers. Par exemple, un titre comme *Microbe* en 1983 atteint un prix de 645 francs (98 euros). Voir : « Panorama : 46 ordinateurs de 900 à 25000 francs » dans *L'Ordinateur Individuel*, n° 3, décembre 1978, p. 45 col. 2 ; « Test de 10 disquettes » dans *Tilt*, n° 8, novembre/décembre 1983, p. 84 col. 2.
[553] Voir annexe machines ludiques p. 72.
[554] Notons que la famille des ordinateurs 8 bits d'Atari compte plus de références, comme le *1200 XL* ou le *130 XE*. Nous avons choisi de ne pas tous les aborder, soit parce qu'ils ne sont pas disponibles en France, soit parce qu'ils ne sont pas des ordinateurs de choix pour les joueurs (en raison de leur insuccès auprès des utilisateurs).
[555] Il semble que l'*Atari 800XL* soit l'ordinateur 8 bits le plus populaire de la marque. De cette manière, la majorité des programmes sont écrits en priorité pour ce système.

vue de leurs caractéristiques techniques. Ils sont compatibles entre eux, et les principales différences sont essentiellement d'ordres esthétiques. Ces ordinateurs séduisent par leurs capacités sonores et graphiques, mais aussi et surtout par leur grande bibliothèque de logiciels[556]. Etant donné leur filiation avec Atari, dont la spécialité est le jeu vidéo, ils possèdent de nombreux jeux, parmi lesquels se trouvent tous les grands titres du début des années 1980[557]. Leur possibilité en matière de programmation, particulièrement celle d'utiliser quatre langages (*Pilot*, *BASIC*, *Forth* et *Assembleur*) est vue comme un avantage certain par rapport à la concurrence. Néanmoins, les ordinateurs d'Atari, malgré la réputation de la société, ne remportent que peu de succès en France[558]. Tout d'abord, leur diffusion demeure confidentielle[559].

Ensuite, la déconvenue de l'entreprise sur ce segment s'explique principalement par la forte concurrence sur le marché français (ordinateurs moins chers, nombreuses références), mais aussi par la politique commerciale de la firme. La marque centre sa communication autour des consoles de jeux et de l'organisation de concours, et elle délaisse sa gamme d'ordinateurs qu'elle ne peut donc pas imposer. D'autre part, il n'est pas aisé, pour un utilisateur, de se procurer des programmes dont la majorité proviennent d'éditeurs américains. En effet, les éditeurs français ne s'intéressent que peu aux « Atari ». Il faut ainsi recourir à l'importation parallèle, et aux boutiques spécialisées qui ne disposent pas toujours des logiciels désirés. Enfin, certaines adaptations de jeux se révèlent décevantes et bâclées par rapport aux versions existantes chez les concurrents, avec par exemple une animation et des graphismes inférieurs aux possibilités des machines, pourtant performantes.

Commodore : Vic 20 et Commodore 64[560]

[556] « 11 ordinateurs à moins de 5000 francs » dans *Tilt*, n° 4, mars/avril 1983, p. 73 col. 3.
[557] Tous les genres de jeux sont représentés, notamment les classiques des jeux d'arcade (*Pac-Man*, *Zaxxon*), des simulations (*Submarine Commander*), ou bien des wargames (*Eastern Front*). De plus, sous l'impulsion d'éditeurs comme Hachette ou Nathan, les ordinateurs Atari disposent de quelques logiciels éducatifs axés sur le calcul, l'orthographe et l'éveil.
[558] En 1986, le magazine *Tilt* estime (en l'absence de chiffres officiels) que la gamme 8 bits d'Atari s'est vendue en France entre 30 000 et 50 000 unités, ce qui est jugé comme des chiffres « très moyens ». Desmedt (Patrice), « Atarisque…et péril » dans *Tilt*, n° 28, janvier/février 1986, p. 86 col. 3.
[559] Desmedt (Patrice), « Atarisque…et péril » dans *Tilt*, n° 28, janvier/février 1986, p. 86 col. 1.
[560] Voir annexe machines ludiques p. 73.

Illustration 2.29: *Vic 20* et *Commodore 64*



Les deux ordinateurs 8 bits de Commodore[561], le *Vic 20* et le *Commodore 64*, ont un profil similaire. Ils se prédestinent avant tout à un usage familial, et ils sont donc orientés vers le jeu vidéo et la programmation. En raison de ces deux usages, ces deux appareils sont perçus comme des ordinateurs de « bidouilleur »[562]. En outre, il faut noter qu'ils disposent d'un grand nombre de logiciels, qui s'étoffe au fur et à mesure des années. Mis à part quelques reproches mineurs de l'ordre du détail, dans l'ensemble, ce sont des systèmes de qualité, plutôt simple d'usage, qui offre une expérience d'utilisation agréable. Leur triomphe aux Etats-Unis, notamment en ce qui concerne le *Commodore 64* qui est leader du secteur[563], contraste fortement avec le succès d'estime qu'ils connaissent en France. Dans l'hexagone, le *Vic 20* est victime de son âge, et d'un rapport qualité/prix défavorable. En effet, au moment où le marché français connaît un certain dynamisme, et alors que les joueurs commencent à s'orienter vers les ordinateurs plutôt que vers les consoles, certaines marques disposent et proposent des micro-ordinateurs plus performants pour un prix inférieur. Pour le *Commodore 64*, c'est essentiellement des problèmes de distribution qui l'empêche de s'imposer auprès des joueurs. En effet, c'est un ordinateur qui se trouve difficilement chez les revendeurs, principalement à cause des retards de livraison, mais aussi des quantités inférieures à la demande reçues par son importateur (Procep).

---

[561] Il faut souligner que le dernier ordinateur de génération 8 bits de Commodore se nomme le *Commodore 128*. Il s'agit d'une mouture améliorée du *Commodore 64*, qui du point de vue commerciale est un échec, en raison de la renommée de son prédécesseur, du manque de programme spécifiquement pour ce nouveau système, mais aussi à cause de l'arrivée des ordinateurs de la génération 16 bits. Voir annexe machines ludiques p. 74.

[562] Renault (Jean-Loup), « Bien choisir votre micro » dans *Tilt*, n° 72, novembre 1989, p. 127 col. 3.

[563] Le *Commodore 64* détient jusqu'à 60% du marché américain et il occupe plus du tiers du marché mondial. Durant sa période de vie commerciale, entre 1982 et 1993, ses ventes sont estimées entre 12 millions et 30 millions d'unités. Voir : Delcourt (Guy), « Micro-économie : le grand chambardement » dans *Tilt*, n° 19, mars 1985, p. 63 col. 2 ; « *Tilt journal* : *the 8 bits strike back* » dans *Tilt*, n° 107, novembre 1992, p. 36 col. 1 ; http://www.wired.com/culture/lifestyle/news/2003/09/60349

Les ordinateurs 8 bits anglais

En France, la génération des ordinateurs 8 bits est dominée par les entreprises anglaises, qui s'imposent auprès des consommateurs et des joueurs avec des produits bon marché. C'est essentiellement le facteur prix qui fait la différence, et qui leur permet de dominer la concurrence. Toutefois, il faut voir que cette réussite est éphémère, mais aussi localisée principalement en Europe. Ces entreprises réalisent de bonnes performances uniquement sur cette génération d'ordinateurs, et elles ne s'imposent pas comme des compagnies informatiques de premier plan. Pour débuter, nous allons voir les ordinateurs des sociétés Sinclair (*ZX81* et *ZX Spectrum*) et Oric (*Oric 1* et *Oric Atmos*) que nous avons décidé de regrouper parce qu'ils présentent des perspectives similaires. Puis, nous verrons les *CPC 464/464+* et *CPC 6128/6128+* d'Amstrad.

Les ordinateur Sinclair et Oric[564]

Illustration 2.30: *Sinclair ZX81* et *Oric 1*



Les ordinateurs de Sinclair et d'Oric sont des machines d'entrée de gamme, qui se trouvent être les moins onéreuses du marché français. Relativement simple à utiliser, ils sont destinés à un usage exclusivement familial, centré sur la programmation et les jeux vidéo. Ces quatre modèles ont des capacités techniques restreintes, et ils sont même commercialisés avec quelques défauts[565]. D'ailleurs,

[564] Voir annexe machines ludiques p. 75.
[565] Par exemple, le *ZX81* possède une qualité d'image moyenne, et clavier peu pratique. L'*Oric 1* a plus de problèmes puisqu'il est affecté par un bogue dans le langage de programmation intégré, les chargements des programmes sont peu fiables, sa mise en route est rendue difficile en raison des nombreux fils à connecter. Surtout, son taux de panne est très important (tout comme pour l'*Oric Atmos*). Le retour au service après-vente

précisons que le *ZX Spectrum* et le *Oric Atmos* ne sont pas vraiment de nouvelles références, mais des évolutions du *ZX81* et de l'*Oric 1*, qui viennent corriger les imperfections les plus gênantes pour les utilisateurs[566]. Ces systèmes anglais s'avèrent être de bons ordinateurs d'initiation (grâce à leur positionnement d'entrée de gamme, et à leur tarif attractif). Ils permettent à de nombreuses personnes de découvrir l'informatique, et d'expérimenter le maniement de ces outils. Ils sont aussi à l'origine de vocations, car certains créateurs français de jeux vidéo débutent leur carrière en faisant des programmes ludiques pour ces ordinateurs. Enfin, mentionnons que leur succès en France est aussi le résultat (surtout pour l'*Oric 1*) de l'absence de concurrents offrant le même type de rapport/qualité prix[567].

Amstrad : CPC 464/464+ et CPC 6128/6128+[568]

Illustration 2.31: *CPC 464 et 6128*



Les *CPC 464* et *6128* sont les deux machines vedettes de la gamme Amstrad, qui apparaissent en France respectivement à Noël 1984[569], et à l'été 1985[570]. Elles sont très proches techniquement l'une de l'autre[571], puisque les différences notables se situent au niveau de la quantité de mémoire possédée, et du support de stockage

---

atteint un pourcentage de 50% pour l'*Oric 1* et de 20% pour l'*Atmos*, et il concerne 8,6% des ordinateurs mis sur le marché en 1984. Delcourt (Guy), « Micro-économie : le grand chambardement » dans *Tilt*, n° 19, mars 1985, p. 24 col. 2.

[566] Le *ZX Spectrum* est ainsi capable de délivrer des sons et afficher de la couleur mais son lecteur de cassettes est également plus fiable et plus rapide. Pour sa part, l'Oric Atmos corrige le bogue du langage de programmation de l'ordinateur, et il dispose d'un clavier semi mécanique, ce qui améliore le confort d'utilisation.

[567] « *SVM* actualités : *Oric* : coup de tonnerre dans un ciel bleu » dans *Science et vie micro*, n°12, décembre 1984, p. 14 col. 3.

[568] Voir annexe machines ludiques p. 76.

[569] Chaneyron (Véronique), « Amstrad » dans *Tilt*, n° 23, juillet/août, 1985, p. 68, col. 1.

[570] « *Tilt journal* : Sicob : l'année de tous les dangers » dans *Tilt*, n° 25, octobre 1985, p. 8, col. 1.

[571] Soulignons qu'au début des années 1990, des versions « plus » de ces ordinateurs sont commercialisés par la société. Il s'agit d'une mise à jour minime de ces systèmes informatiques, qui est surtout d'ordre esthétique.

des programmes utilisé. Le *CPC 464* possède un lecteur de cassettes audio, tandis que le *CPC 6128*, qui est une version supérieure, dispose d'un lecteur de disquette. Ils sont axés sur le jeu, et leur bibliothèque de logiciels ludiques est assez similaire aux autres micro-ordinateurs 8 bits. Par ailleurs, une grande majorité de la production provient des développeurs et des éditeurs anglais. En plus de cette orientation ludique qui séduit les joueurs, les points forts des *CPC* se rapportent à leur installation rapide et simple[572], au rapport qualité/prix, à la qualité d'image, mais aussi à leur « très » haute définition (640x200 pixels) proposée, qualifié « *d'encore rare sur ce type d'appareil* »[573]. Les reproches adressés à la marque concernent la longueur (trop court) du câble qui relie l'unité centrale à l'écran, le manque de couleur pouvant être affiché simultanément (sur l'écran), ou bien encore l'unique prise pour manette de jeux. Ajoutons également que le format des disquettes (3 pouces) du *CPC 6128* devient un handicap, et il isole Amstrad et les possesseurs de l'ordinateur, car il est différent du standard en vigueur dans l'univers de l'informatique (disquette 3,5 pouces).

Avec ses ordinateurs, Amstrad vise un public large, plus familial qu'à l'accoutumé pour ce genre de produit, et donc susceptible d'être totalement inexpérimenté en informatique. Dans cette optique, la marque conçoit des machines à la technologie éprouvée, simple d'utilisation, prête à l'emploi dès le déballage, dont les branchements sont aisés et réduits au strict minimum. Elle propose surtout une grande première pour le secteur de l'informatique familiale, en vendant des ordinateurs avec un moniteur (monochrome ou couleur) pour un prix défiant toute concurrence. Les ventes réalisées ainsi sont bonnes, essentiellement en raison du rapport qualité/prix proposé, mais aussi parce que l'entreprise dispose d'une force commerciale importante. Premièrement, la marque est présente au sein de la grande distribution, ce qui lui assure une visibilité importante auprès du public familial. Deuxièmement, certaines publicités de la firme marquent les esprits, notamment celles qui font intervenir la mascotte de la société (un crocodile)[574]. Globalement,

[572] Desmedt (Patrice), « Amstrad, ça va barder » dans *Tilt*, n° 18, janvier/février 1985, p. 48 col. 3.
[573] « 40 micro-ordinateurs » dans *Tilt*, n° 17, novembre/décembre 1984, p. 131 col. 1.
[574] La société montre, non seulement qu'elle est une entreprise rassemblant une grande communauté de « fanatique » de d'informatique, mais aussi qu'elle connaît parfaitement son secteur. Au début des années 1990, sa communication se base autour du divertissement (et donc des jeux vidéo) et de l'apprentissage (avec les ordinateur d'Amstrad, il est possible de travailler, réviser, apprendre).

durant l'exploitation commerciale de cette gamme d'ordinateur, Amstrad écoule en France environ 800 000 exemplaires[575].

Conclusion : un marché saturée de références

Le développement du marché du jeu vidéo sur ordinateur va de pair avec l'apparition à la fin des années 1970 de l'informatique familiale. Au milieu des applications bureautiques, le jeu ainsi que la programmation s'affirment comme les deux activités phares des usagers, constitués principalement de passionnés. Ce nouveau marché se caractérise par le grand nombre d'ordinateurs disponibles dont la durée de vie est plus ou moins éphémère suivant les marques[576]. D'ailleurs, nous pouvons constater cet aspect à travers les différents bancs d'essai de la presse spécialisée. Ainsi, le magazine *L'Ordinateur individuel*[577] analyse en 1978 quarante-six ordinateurs, tandis que *Tilt* teste en 1983[578], vingt-quatre ordinateurs dignes d'intérêt, et quarante machines l'année suivante[579]. Le choix des joueurs est d'autant plus difficile qu'ils peuvent également se tourner vers la dizaine de consoles existantes sur le marché français.

La génération des ordinateurs 8 bits consacre les entreprises anglaises comme Oric, Sinclair, et Amstrad. Elles parviennent à dépasser les grandes sociétés américaines du secteur (Atari, Commodore) grâce à de bonnes ventes assurées par une disponibilité correcte des ordinateurs sur le marché, et surtout par un rapport qualité/prix avantageux et compétitif. Des entreprises françaises ont également essayé d'investir ce créneau, sans connaître une franche réussite à l'image d'Excelvision[580], ou de Thomson qui impose ses ordinateurs (*TO7*, *MO5*) surtout dans les écoles, et avec l'aide de l'Etat.

---

[575] Brisou (Mathieu), « *CPC* : un peu moins, un peu plus » dans *Tilt*, n° 81, septembre 1990, p. 44 col. 4.
[576] Les constructeurs n'hésitent pas à ajouter de nouvelles références à leur catalogue, un ou deux ans après l'introduction d'une machine. Néanmoins, certains ordinateurs sont alors susceptibles de posséder une compatibilité ascendante avec leur prédécesseur.
[577] « Panorama : 46 ordinateurs de 900 à 25000 francs » dans *L'Ordinateur Individuel*, n° 3, décembre 1978, p. 45.
[578] « 24 ordinateurs pour jouer » dans *Tilt*, n° 8, novembre/décembre 1983, p. 142.
[579] « 40 micro-ordinateurs » dans *Tilt*, n° 17, novembre/décembre 1984, p. 126.
[580] La société française Excelvision est uniquement connue pour être à l'origine de l'ordinateur *EXL 100*, commercialisé en 1984. Ce dernier n'a pas eu de succès. L'entreprise commercialise un second ordinateur mais elle fait faillite en 1986.

Les ludothèques sont constituées de nombreux jeux allant des classiques de l'arcade, au jeu d'action, d'aventure ou de simulation. En raison des multiples adaptations sur les différentes plates-formes, elles apparaissent quelque peu uniformes, malgré la spécialisation éventuelle de certains ordinateurs dans un genre précis. Aux côtés des américains, et à l'image du secteur matériel, les éditeurs et développeurs anglais connaissent une dynamique dans la création ou l'adaptation de jeux. Il faut noter que c'est en ce début des années 1980, et sur les ordinateurs 8 bits, qu'apparaissent les premières entreprises françaises spécialisées dans les logiciels ludiques comme Infogrames[581] ou Ere Informatique[582].

La génération des ordinateurs 16 bits arrive avec des machines encore plus puissantes qui offrent de nouvelles promesses aux niveaux des jeux, mais aussi de nouvelles applications extra ludiques. Les utilisateurs prennent positions, et ils cristallisent leur attachement, ou leur haine autour de deux micro-ordinateurs incarnant ce nouveau cycle : l'*Atari ST* d'Atari et l'*Amiga* de Commodore.

[581] Voir annexe sociétés p. 93.
[582] *Ibid*. p. 92.

b) L'*Atari 520 ST* et l'*Amiga 500*

Avec ce paragraphe, nous allons aborder la génération des ordinateurs 16 bits, qui en Europe est symbolisée par deux gammes de systèmes informatiques : l'*Atari ST* de l'entreprise Atari, et l'*Amiga* de la société Commodore. Au sein de ces deux familles, nous allons uniquement voir les modèles *520 ST* et *Amiga 500*. Ils représentent les ordinateurs emblématiques de ces deux marques, mais aussi du jeu vidéo de l'époque et des joueurs, car ils sont surtout utilisés dans un cadre ludique.

Les ordinateurs 16 bits

Cette nouvelle génération d'ordinateurs s'accompagne d'un recentrage du marché européen autour de quelques machines, et la fin de la frénésie qui l'avait animé précédemment. La rupture de génération ne se fait pas brutalement puisque les ordinateurs 16 bits coexistent dans un premier temps avec les machines 8 bits, et notamment avec les *CPC* d'Amstrad. En plus des transformations techniques et de l'évolution du matériel qui accompagne traditionnellement l'arrivée de nouveaux systèmes, il faut ajouter la généralisation des moniteurs. Ainsi, les ordinateurs obtiennent leur propre écran dédié, et les utilisateurs cessent de monopoliser la télévision, jusqu'alors employée pour une question de coût. Les moniteurs permettent de simplifier aussi les branchements et les réglages, et ils apportent une meilleure définition de l'image. De même, le support de stockage des logiciels change. Les cartouches et les cassettes audio sont abandonnés au profit de la disquette[583] (qui se démocratise). De ce fait, de plus en plus d'ordinateurs intègrent de base un lecteur de disquettes dans leur configuration.

[583] La disquette apporte une plus grande fiabilité, et des chargements plus rapides par rapport aux cassettes. Néanmoins, les chargements demeurent, et ils peuvent être plus ou moins longs et fréquents suivant les jeux. Pour le magazine *Tilt*, cette vitesse accrue peut être employée, par exemple, pour réaliser des chargements supplémentaires en cours de jeu, ce qui donne la possibilité d'avoir des programmes plus performants. Desmedt (Patrice), « Pratique : consoles et micros, un choix explosif » dans *Tilt*, n° 17, novembre/décembre 1984, p. 26 col. 1.

L'Atari 520 ST et l'*Amiga 500*[584]

Illustration 2.32: *520 ST* et *Amiga 500*





Nous traitons ces deux ordinateurs ensemble car ils présentent de fortes similitudes, aussi bien en ce qui concerne leur aspect, leurs caractéristiques techniques[585], qu'au niveau des politiques commerciales utilisés pour les promouvoir. De la même façon, ils sont perçus comme des machines ludiques, et leur principale utilisation est ainsi le jeu vidéo. En outre, d'un point de vue commercial, ils connaissent le succès essentiellement en Europe, qui est leur premier marché au niveau mondial[586].

L'*Atari 520 ST* et l'*Amiga 500* sont deux ordinateurs « tout en un », où l'unité centrale et le clavier se trouvent dans le même boîtier, qui comporte également un lecteur de disquettes (au format 3,5 pouces). Par rapport à la génération précédente d'ordinateur, ils sont plus simples à utiliser du fait de l'intégration dans leur système d'exploitation, d'un environnement graphique (matérialisé par un « bureau »)[587].

[584] Voir annexe machines ludiques p. 77.
[585] Soulignons que les deux entreprises ont participé directement ou indirectement à la conception de ces deux ordinateurs (au gré des changements de directions, des aides accordés aux équipes de développement), surtout en ce qui concerne l'*Amiga*.
[586] Ce succès en Europe contraste avec la situation aux Etats-Unis, où ils passent relativement inaperçues, en raison du développement de l'ordinateur *PC*, du succès du *Macintosh* d'Apple dans les milieux professionnels, et de la *NES* de Nintendo dans le domaine des consoles. En Europe, L'*Atari ST* et l'*Amiga* parviennent à une époque charnière, presque au même moment que les normes *PC* et *Macintosh*, mais aussi et surtout avant le retour des consoles de jeux, ce qui leur permet de séduire à la fois un public de joueurs, mais aussi les professionnels (du fait de leur rapport qualité/prix très intéressant face aux ordinateurs professionnels).
[587] Le système d'exploitation de l'*Atari ST* est nommé *TOS* : *The Operating System* (le système d'exploitation), tandis que celui de l'*Amiga* est dénommé simplement *AmigaOS*. Les environnements graphiques sont connus respectivement sous le nom de *GEM* : *Graphical Environment Manager* (gestionnaire d'environnement graphique) pour l'Atari et *Workbench* pour l'*Amiga*. La présence d'un environnement graphique au sein d'un système d'exploitation n'est pas une nouveauté dans le monde informatique, puisqu'il en existe pour des machines à vocation professionnelle tel le *Macintosh* d'Apple. Cependant, c'est une première pour des ordinateurs destinés au public familial, et ayant un prix modéré (par rapport à celui d'un ordinateur

Ainsi, au lieu de donner des ordres à la machine par l'intermédiaire de lignes de commande, l'utilisateur pilote son ordinateur au moyen d'icônes. Notons que le système d'exploitation de l'*Amiga* se caractérise par son coté multitâche ; c'est à dire que l'utilisateur peut lancer plusieurs programmes en même temps. D'un point de vue général, l'*Atari ST* et l'*Amiga* sont des ordinateurs polyvalents, qui peuvent être employés, aussi bien pour une utilisation professionnelle avec des programmes de bureautique, de retouche d'image, ou de musique, que pour une pratique familiale et ludique.

Ces ordinateurs sont commercialisés en France, en fin d'année 1985 pour le *520 ST*, et à partir de juin 1987 pour l'*Amiga 500*. Ils rencontrent un grand succès auprès du public, notamment chez les « *hobbyistes* » (joueurs, férus de programmation). Les deux ordinateurs disposent d'une ludothèque conséquente, mais aussi comparable puisque la plupart des éditeurs sortent leurs jeux sur les deux plates-formes. Comme le *520 ST* est commercialisé avant l'*Amiga 500*, la majorité des titres sont jusqu'à la fin des années 1980 développés sur *ST*, puis ils sont adaptés sur *Amiga*. En conséquence, la qualité technique des jeux est identique sur les deux supports. Ainsi, les versions *Amiga* ne profitent pas de la puissance spécifique de l'ordinateur. La tendance s'inverse au fur et à mesure de la progression sur le marché de l'*Amiga 500*, et du déclin de l'Atari. Les jeux sont alors réalisés d'abord sur *Amiga*, puis ils sont réadaptés sur *Atari ST*, ce qui met à jour les différences techniques des deux machines. Les versions *Atari* des jeux se montrent alors légèrement moins performantes en terme de graphismes[588] et de son[589]. Par ailleurs, ces machines ludiques permettent le développement, et la reconnaissance de nombreux développeurs et éditeurs parmi lesquels des français, dont les jeux sont globalement appréciés pour leurs qualités, (on parle alors de *french touch*[590]).

En outre, ils ouvrent également l'accès à d'autres domaines[591] comme la musique[592], le dessin, ou l'animation. D'ailleurs, les deux constructeurs font de ces

professionnel). L'*Amiga 500* et l'*Atari ST* participent au côté du *Macintosh* d'Apple, et du *PC* (apparition de *Windows*) à la diffusion et à la banalisation des interfaces et des bureaux graphiques dans les systèmes d'exploitation des ordinateurs.

[588] Couleurs moins vives, décors moins fouillés.

[589] Renault (Jean-Loup), « *ST*, *Amiga* contre *PC* ou *Mac* ? » dans *Tilt*, n° 84, décembre 1990, p. 146 col. 2.

[590] Voir p. 189.

[591] « *Tilt journal* : la caverne d'Hakihabara » dans *Tilt*, n° 53, avril 1988, p. 18 col. 2.

nouveaux usages des arguments publicitaires[593]. Contrairement à l'époque des ordinateurs 8 bits, la programmation devient de plus en plus marginale, notamment parce ces machines sont plus complexes du point de vue technique. En dehors du jeu, quelques différences apparaissent dans la composition du public de ces deux systèmes[594]. Les utilisateurs de l'*Amiga* se montrent plus portés sur l'image (vidéo, création et retouche d'image), tandis que ceux de l'*Atari ST* sont plus enclins à la musique, ou aux applications bureautiques (publication assistée par ordinateur). Au demeurant, l'*Amiga* a une âme plus artistique que son concurrent, qui lui possède une vocation plus professionnelle. Les deux machines font par contre les joies des « bidouilleurs » en tout genre qui les alimentent en « démo »[595].

Conclusion : Deux ordinateurs de « transitions »

Au début des années 1990, la suprématie de l'*Amiga 500* et de l'*Atari ST* en tant que plates-formes de jeux décline. Si le piratage qui touche fortement ces deux systèmes participe au désintérêt des éditeurs, le marché des jeux vidéo évolue naturellement vers de nouvelles machines, qui rendent obsolète les deux ordinateurs 16 bits[596]. Dans la conjoncture qui se met en place, Atari et Commodore ne parviennent pas à confirmer leur succès, et à profiter de leur position pour imposer leurs nouveautés (le *Falcon 030* pour Atari, l'*Amiga 1200* pour Commodore). Les deux sociétés sont dépassées par deux types de concurrents. D'un côté, les consoles de jeu font leur réapparition, et elles rencontrent un franc succès auprès du public et des joueurs. De l'autre, un ordinateur à vocation professionnelle s'érige comme standard de l'informatique, et il devient peu à peu une machine familiale et ludique. Il s'agit du *PC*, l'ordinateur personnel inventé par IBM.

---

[592] L'*Atari ST* est particulièrement apprécié des musiciens professionnels en raison de son interface MIDI.
[593] Voir p. 373
[594] Renault (Jean-Loup), « Cebit 90 : mais où sont passées les gazelles ? » dans *Tilt*, n° 78, mai 1990, p. 26 col. 4.
[595] Voir lexique p. 6.
[596] Heller (Gadgi), « Le *ST* en question » dans *Tilt*, n° 103, juin 1992, p. 106 col. 2.

c) Le règne du *PC*

L'ordinateur *PC*[597] (*Personal Computer*/Ordinateur Personnel) est crée par la société informatique IBM, et il est commercialisé à partir d'août 1981. C'est un système informatique à l'architecture ouverte, à la manière de l'ordinateur *Apple II* d'Apple. Cela implique que d'autres sociétés peuvent créer des cartes d'extensions, des périphériques, ou des programmes pour la norme, sans acquérir de licence au préalable. Cette ouverture se retrouve aussi dans les entrailles de la machine puisque contrairement aux habitudes d'IBM qui réalise elle-même les pièces, il est décidé de créer cette machine, avec des composants de sociétés différentes, déjà disponibles sur le marché[598]. Ainsi, du point de vue de l'utilisateur, il est possible de moduler à sa convenance les caractéristiques de l'ordinateur, car il n'existe pas de configuration officielle et strictement définie.

Les raisons du succès

A sa sortie, le *PC* n'est pas l'ordinateur le plus avancé techniquement, ni même une machine puissante. Il doit son succès commercial à son côté modulable, et à sa marque, reconnue pour la qualité de ses produits, et de son service après-vente irréprochable[599]. Surtout, sa prospérité et son expansion proviennent des *Compatibles PC*. Il s'agit d'ordinateurs vendus par des entreprises tierces, qui comme l'indique le nom, demeurent compatible avec la norme d'IBM. Les constructeurs qui désirent fabriquer un *PC*, se servent des caractéristiques publiées par l'entreprise pour assembler les différents composants et construire leur propre machine. Ce type d'ordinateur se répand rapidement et en grand nombre, ce qui donne parfois l'impression aux consommateurs qui désirent un *PC*, d'être dans une « jungle »[600], tant le choix est immense. En outre, ils sont, non seulement moins chers que les ordinateurs proposés par IBM, notamment sous l'impulsion des

[597] Voir annexe machines ludiques p. 78.
[598] Ce choix permet de réduire à la fois le temps de développement de l'ordinateur et le coût de production. Précisons que seul le BIOS de la machine est la propriété d'IBM (qui néanmoins publie son code source). Voir lexique p. 5.
[599] Desmedt (Patrice), « *Banc d'essai* : Big Blue*'s land* » dans *Tilt*, n°28, janvier/février 1986, p. 83 col. 2.
[600] *Ibid.* p. 84 col. 1.

fabricants asiatiques[601], mais en plus ils sont susceptibles d'offrir une configuration plus puissante[602]. Le développement de ces clones, et leur expansion rapide, permet d'une part, à la norme *PC* de sortir du champ professionnel (où elle s'est très vite bien implantée) pour entrer chez les particuliers. D'autre part, de s'imposer comme LE standard de l'industrie informatique.

L'influence d'IBM sur la destinée de l'ordinateur diminue jusqu'à ce que la firme ne soit plus associée au *PC*. Ainsi, au début des années 1990, la définition d'un ordinateur *PC* est conditionnée par rapport à son système d'exploitation, en l'occurrence *Windows* de Microsoft, mais aussi en fonction de l'architecture *x86*[603] (initié par l'entreprise Intel) de son microprocesseur. En matière de jeux vidéo, lors de son apparition, le *PC* n'est pas une machine faite pour le jeu, et ses compétences ludiques sont quasi-inexistantes. Cependant, avec son évolution technique[604], le standard s'adapte de plus en plus à ce domaine jusqu'à devenir (durant les années 1990), avec les consoles, l'une des deux plates-formes privilégiées pour ce loisir.

L'évolution matérielle du PC en lien avec les jeux vidéo

Les jeux vidéo ont un rôle technologique en ce qui concerne le *PC*. Les besoins techniques des logiciels ludiques poussent à une constante amélioration du matériel, et à la démocratisation de certains composants, qui deviennent des éléments de bases des configurations d'ordinateur. Outre l'accroissement de la puissance de la machine, l'intégration et la généralisation du lecteur CD-ROM[605] participe à l'orientation ludique du *PC*, en lui apportant un côté multimédia[606], et en le rendant toujours plus familial et attractif.

[601] « *Tilt journal* : *PC* pour tous » dans *Tilt*, n° 34, septembre 1986, p. 16 col. 2.
[602] Scherer (David), « *Actuel* : standards : les incompatibles » dans *Tilt*, n° 36, novembre 1986, p. 58 col. 3.
[603] *x86* : voir lexique p. 11.
[604] Renault (Jean-Loup), Hautefeuille (olivier), « votez *PC* » dans *Tilt*, n° 66, mai 1989, p. 95 col. 3.
[605] Harbonn (Jacques), « *Tilt journal* : lecteur CD-ROM » dans *Tilt*, n° 101, avril 1992, p. 36 col. 2.
[606] En 1991, un consortium (le *Multimedia PC Marketing Council*) est créé pour définir les caractéristiques, et les différents éléments constituant un ordinateur Multimedia. Néanmoins, cette tentative pour appliquer un label aux programmes, et faciliter la vision des consommateurs est un échec. Jolivart Bernard, « *Les jeux vidéo* », Paris, PUF, 1994, 128 p. (coll. «*Que sais-je?»)*; p. 37.

Cependant, l'apport le plus notable concerne deux composants qui s'affirment comme essentiel pour la pratique ludique. Il s'agit tout d'abord de la carte sonore[607] qui vient pallier les performances musicales médiocres de la norme[608]. Toutefois, l'influence et la domination de ces cartes diminuent à mesure que se généralise (dans les premières années du 21e siècle) l'intégration d'une puce sonore sur la carte mère de l'ordinateur, permettant ainsi à l'utilisateur de se passer d'une carte son dédiée. L'autre élément est la carte graphique. Dans ce domaine aussi, le *PC* débute sa carrière en ayant de faibles performances. A mesure que la technique progresse, l'ordinateur permet un affichage avec toujours plus de couleurs, et dans de plus grandes résolutions. Néanmoins, pour les joueurs et le jeu vidéo sur *PC*, le point déterminant intervient dans la seconde moitié des années 1990, lorsque les premières cartes graphiques capables de gérer la troisième dimension sont commercialisées[609]. Une grande concurrence anime ce secteur des cartes graphiques, dominé par des entreprises comme 3DFX (avec ses cartes *Voodoo*), Ati, S3, Nvidia ou Matrox. Toutefois, ce créneau se recentre début 2000 autour des sociétés Nvidia et de ses cartes *Gforce*, et Ati et ses *Radeon* qui se battent pour imposer leur leadership[610].

Globalement, les *PC* deviennent au fur et à mesure des années, de plus en plus puissants, rapides, avec des capacités de stockage toujours plus importantes grâce à l'intégration de disque dur, pour un prix de moins en moins élevé. Par exemple, entre 1988 et 1995, l'ordinateur perd 80% de sa valeur à puissance égale[611]. Pour un ordinateur qui vaut 100 en 1988, son prix en 1995 n'est plus que de 20, en prenant compte les gains de performances.

---

[607] Les premières cartes conseillées pour le jeu sont la *Roland MT32*, ou l'*AdLib* de la société AdLib Inc. A partir des années 1990, la société Créative impose ses cartes *Sound Blaster* qui deviennent en pratique le standard audio du *PC*. Boolauck (Dany), « *CES* Chicago 90, la console impériale » dans *Tilt*, n° 80, juillet/août 1990, p. 134 col. 3.

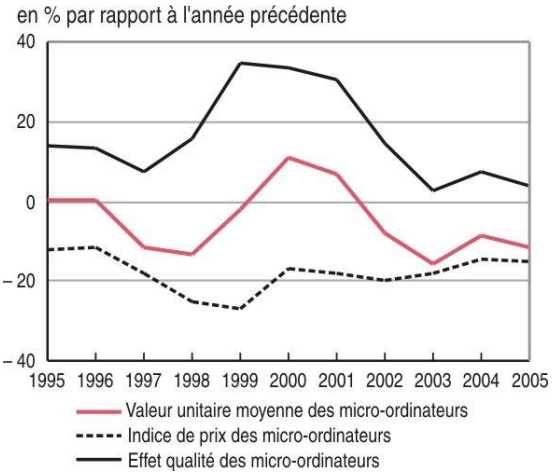
[608] « *Tam tam soft* : micro 88 : le bilan » dans *Tilt*, n° 59, novembre 1988, p. 16 col. 3.

[609] Jusqu'alors les cartes ne sont capables que de calculs en deux dimensions. Pour créer et afficher de la troisième dimension, le processeur central de l'ordinateur est sollicité pour la réalisation des calculs, ce qui prend beaucoup de ressource et grève les performances. Les nouvelles cartes graphiques sont ainsi pourvues pour la création de la troisième dimension, et leur processeur a pour fonction de prendre en charge tous les calculs (à la place du microprocesseur central de l'ordinateur).

[610] Notons qu'à la même période, Intel démocratise des puces graphiques intégrées à la carte mère de l'ordinateur, dont les faibles performances ne dispensent pas le joueur d'une « vraie » carte graphique dédiée.

[611] Maussion (Catherine), « *Vous* : L'ordinateur fait plus pour moins. A puissance égale, un micro est 80% moins cher qu'en 1988. » dans *Libération.fr*, 2 septembre 1995, http://www.liberation.fr/vous/0101154320-l-ordinateur-fait-plus-pour-moins-a-puissance-egale-un-micro-est-80-moins-cher-qu-en-1988

Graphique 2.1: Évolution annuelle des prix des micro-ordinateurs[612]



Nous pouvons nous rendre compte de l'effet qualité sur le graphique 2.1. Par rapport à l'indice des prix des ordinateurs, celui-ci est toujours positif, ce qui veut dire que les caractéristiques des ordinateurs s'apprécient par rapport à l'année précédente. La valeur unitaire moyenne (dépense des ménages par rapport à la quantité d'unités vendues) cumule à la fois les variations de l'effet qualité et de l'indice des prix. Nous pouvons voir que cette courbe connaît de fortes fluctuations, causées par les baisses des prix, puis par l'introduction des ordinateurs portables. L'INSEE note que sur la période allant de 1995 à 2005, la baisse moyenne des prix des ordinateurs est de 18,6% (mais elle est de 5,6 % sur la valeur unitaire moyenne des machines. Cet écart provient des progrès techniques)[613].

De cette manière, pour une même gamme de prix, le consommateur aura, d'une année sur l'autre, un appareil qui sera plus performants. Par ailleurs, le succès du marché informatique se construit sur des produits nouveaux ou transformés qui permettent d'élargir les gammes, et de proposer des machines moins chères, ou avec de nouvelles fonctionnalités. En 2003, à la fin de notre période d'étude, de nombreuses configurations pour jouer sont possibles, tant l'offre de composants est pléthorique. La variation des prix est importante selon la nature du *PC* (moyen gamme, haut de gamme). Les ordinateurs spécialisés dans le jeu sont réputés pour être les plus chers.

[612] Arthaut (Régis), « La consommation des ménages en TIC depuis 45 ans » dans INSEE Première, n° 1101, septembre 2006, p. 3 col. 4. http://www.insee.fr/fr/themes/document.asp?reg_id=0&ref_id=ip1101
[613] *Ibid.* col. 3.

L'évolution des logiciels

Si le matériel se transforme profondément au contact des jeux vidéo, il en est de même pour la partie logicielle de ce standard informatique. Les systèmes d'exploitation, et les pilotes qui servent à gérer les différents composants prennent en compte, et de mieux en mieux, le côté multimédia de l'ordinateur, mais aussi ses propriétés ludiques. Des bibliothèques de programmes spécifiquement dédiées à la réalisation d'applications multimédias et ludiques sont ainsi produites à l'attention des développeurs, afin de faciliter leur travail. Nous trouvons, par exemple, dans cette catégorie de programme *DirectX* (créé par Microsoft) principalement utilisé pour la création de jeux vidéo, ou bien encore *OpenGL* (développé par Silicon Graphics). Pour faire fonctionner les jeux créés à l'aide de ces programmes, les joueurs doivent posséder la bibliothèque requise dans leur système d'exploitation[614]. D'autre part, leur introduction permet d'harmoniser les différentes cartes graphiques, et d'autoriser les jeux à fonctionner quelques soit le matériel utilisé[615]. Elles sont couplées aux pilotes de ces cartes qui agissent comme des traducteurs, optimisant au cas par cas le code informatique, pour que le jeu puisse tourner de la meilleure façon possible[616].

Les jeux vidéo sur PC

Le jeu vidéo sur *PC* se développe au milieu des années 1980 dans un premier temps aux Etats-Unis, à mesure que progresse et s'impose le support. En France, l'absence d'une demande soutenue provoque durant cette période une limitation des titres ludiques présents dans les commerces. Ainsi, les quelques jeux disponibles peuvent atteindre des prix déraisonnables, et surtout l'utilisateur qui désire jouer sur *PC* doit le plus souvent se débrouiller par lui-même pour se les procurer (ce qui favorise notamment le piratage). Le rythme des sorties dans l'hexagone suit donc une courbe de progression liée à la pénétration du système dans les foyers, et à

[614] Le joueur peut obtenir *DirectX* ainsi qu'*OpenGL*, soit en récupérant lui-même ces programmes, soit par le biais des pilotes de sa carte graphique qui proposent ces bibliothèques lors de leur installation. En outre, une version de *DirectX* est fournie avec *Windows* depuis *Windows 95 OEM Service Release 2*.

[615] Avant l'apparition de ces programmes spécifiques, les utilisateurs peuvent rencontrer de nombreux problèmes de compatibilité, en raison de l'absence d'harmonisation des outils utilisés pour produire les jeux. Ainsi, bien souvent un logiciel ludique fonctionne avec une marque précise de carte graphique, mais refuse de marcher (ou alors très mal) avec une carte d'une entreprise différente.

[616] Les pilotes des cartes graphiques permettent d'adapter les programmes ludiques aux différentes marques (de cartes graphiques). De ce fait, il est très fréquent pour un joueur de devoir les mettre à jour.

l'abandon progressif des autres micro-ordinateurs familiaux. La qualité des jeux *PC* connaît une évolution constante, attaché au développement technique (donc de la puissance) de l'ordinateur.

La bibliothèque de programme ludique est éclectique. Durant les années 1980, elle regroupe des adaptations des grands jeux d'arcade tels *Zaxxon* ou *Donkey Kong*, mais aussi et surtout des jeux de rôles, des simulations (*Flight Simulator*), des jeux d'aventures et des wargames. Ces quatre derniers genres deviennent une spécialité de l'ordinateur. Les premiers jeux qui montrent véritablement le potentiel ludique de la machine débarquent durant la décennie 1990, avec des titres comme *Wing Commander* ou *Doom*[617]. Grâce à ces jeux, le *PC* devient une machine capable de faire rêver les joueurs. En plus, tout en s'affirmant dans ses genres de prédilection (cités ci-dessus), il accueille et il propose des types de jeux qu'on ne trouve pas sur consoles. C'est le cas, par exemple, des jeux de tir à la première personne (en vue subjective) mais aussi, à partir des années 2000, du jeu en ligne sur Internet[618]. Ajoutons également qu'il généralise une nouvelle manière de diriger les jeux, puisqu'en plus des manettes classiques (*joystick* ou du *paddle*[619]), il autorise le maniement à l'aide du clavier et de la souris.

Conclusion : Un standard plutôt élitiste au niveau des jeux vidéo

Evoquer l'ordinateur *PC*, c'est montrer comment une machine créée pour les professionnels s'est peu à peu retrouvée dans la sphère familiale, jusqu'à s'imposer comme le standard de l'industrie informatique. C'est aux Etats-Unis qu'il rencontre ses premiers grands succès, en s'imposant tout d'abord dans les entreprises grâce au nom d'IBM, puis en équipant petit à petit les particuliers qui se tournent vers cet ordinateur côtoyé au bureau. En France, le *PC* s'impose chez les joueurs, et plus généralement dans les foyers, à mesure que disparaissent les autres normes d'ordinateur[620]. La grande force de la machine[621], c'est d'avoir évolué en puissance,

[617] Voir annexe jeux p. 165 et p. 116.
[618] Voir p. 286.
[619] Voir lexique p. 8.
[620] Par exemple, à la fin de la période étudiée et d'après Mediametrie, 8,6 millions de foyer français sont équipés de *PC* en octobre 2001. Croitoriu (Michaël), Pasamonik (Didier), *Les jeux vidéo expliqués aux parents*, Editions Marabout, Paris, 2002, p. 15.
[621] Jovanovic (Jean-Loup), « Le *PC*, portrait d'un standard » dans *Tilt*, n° 102, mai 1992, p. 99 col. 1.

tout en conservant une compatibilité ascendante[622]. Elle est extrêmement polyvalente, et le jeu n'est qu'une composante des activités qu'elle permet. De plus, le *PC* est la plate-forme privilégiée des joueurs pour l'émulation[623], car sa puissance permet de simuler le fonctionnement des systèmes de jeux plus anciens (consoles ou ordinateurs).

Souvent opposé aux consoles, le *PC* est néanmoins perçu comme une machine élitiste et coûteuse. En effet, non seulement une configuration dédiée pour le jeu vidéo revient chère, mais en plus elle devient obsolète rapidement (environ deux ans après l'achat)[624], en raison de la rapidité de l'évolution technique. Le joueur doit alors, soit changer d'ordinateur, soit acheter de nouveaux composants (carte graphique, processeur, mémoire) pour ne pas être gêné dans l'exploitation de son jeu, ou tout simplement pour pouvoir l'utiliser. En outre, comme il existe une multitude de configuration, lancer un jeu sur *PC* n'est pas instantané, et cette action peut se révéler compliquer (bien plus que sur console). Ainsi, les joueurs sont bien souvent obligés de régler différentes options, avant de commencer leur partie, afin d'optimiser les logiciels ludiques aux caractéristiques de leur ordinateur.

[622] Ceci autorise la réutilisation des programmes préalablement acquis par les utilisateurs, lorsque ceux-ci décident de changer d'ordinateur.
[623] Voir p. 437.
[624] Croitoriu (Michaël), Pasamonik (Didier), *Les jeux vidéo expliqués aux parents*, Paris, Editions Marabout, 2002, 160 p. ; p. 17.

II) Les logiciels ludiques

1) La création d'un jeu vidéo

a) La conception

Concevoir un logiciel ludique se révèle être un investissement long[625] et risqué, en raison des sommes engagées, de la forte « mortalité » des projets[626], mais aussi de la durée d'exploitation commerciale extrêmement courte des jeux sur le marché[627]. Le développement d'un jeu vidéo suit une logique de perfectionnement, c'est-à-dire qu'à la base, un embryon de programme est crée, puis il est constamment travaillé, corrigé et amélioré, pour aboutir au logiciel final. Ce type de création fait appel à plusieurs disciplines, tant informatique qu'artistique, comme l'infographie, la programmation, ou bien encore le dessin et la musique. Avec ce paragraphe, nous allons aborder les divers aspects qu'implique la production d'un jeu vidéo. Nous allons voir les acteurs qui participent à l'élaboration d'un jeu, la conception, le nombre de personnes impliquées, ou bien encore les coûts de développement. Nous terminerons par évoquer la création française, avec le phénomène connu sous le nom de « *french touch* ».

Les acteurs de la création d'un jeu vidéo

De la conception à la vente finale, sept acteurs participent au processus qui permet à un jeu vidéo de voir le jour et d'être commercialisé. Ces « sept belligérants »[628] sont :

---

[625] Le temps de développement est assez variable selon la nature du titre et la plate-forme de jeux choisie. Une question d'époque et donc de technique entre aussi en jeu. Ainsi, cela peut aller de quelques mois de développement au début des années 1980 à deux ou trois ans, voire cinq ans pour les plus grosses productions à la fin de notre période d'étude.

[626] Moins de 20% des titres en préproduction sont finalisés et commercialisés. Natkin (Stéphane), *Jeux vidéo et médias du XXIe siècle : Quels modèles pour les nouveaux loisirs numériques ?*, Paris, Vuibert, 2004, 144 p. ; p. 28.

[627] La durée de vie commerciale d'un jeu est d'environ six mois. L'essentiel des revenus se réalise sur les premiers temps de la commercialisation (surtout le premier mois), et le titre ludique doit bien se vendre immédiatement pour que le développeur et l'éditeur puissent rentrer dans leurs frais et dégager quelques bénéfices. *Ibid*.

[628] Lacroix (Antoine), « Comment ça marche la distribution de jeux vidéo » dans *AFJV.com*, 26 décembre 2006, p. 1. http://www.afjv.com/press0501/050110_jeux_video_distribution1.htm

- le développeur (création du jeu)
- l'éditeur (finance le projet et participe à sa commercialisation)
- le constructeur (pour un jeu sur console)
- le diffuseur (placement du produit et participation à une partie de sa promotion)
- le grossiste (prise en charge le placement chez les petits détaillants)
- les centrales d'achat (négociation et placement du produit auprès de la grande distribution et des chaînes de magasins spécialisés)
- les détaillants ou les distributeurs (ventes aux consommateurs)

Ils prennent part à neuf grandes étapes[629], à savoir :

- le développement
- la mercatique
- la négociation avec les revendeurs finaux
- la traduction
- le pressage et l'emballage
- la logistique
- le marketing de la distribution
- la vente finale
- le suivi des ventes

La relation entre le développeur et l'éditeur est importante car c'est de ces deux entités que découle véritablement la naissance d'un jeu vidéo. Le développeur est une petite entreprise (entre cinq et deux cents personnes[630]) comprenant dans ses rangs des graphistes, des musiciens, des scénaristes, ainsi que des programmeurs. Elle est vouée uniquement à la conception des logiciels de jeux. L'éditeur, quant à lui, exerce des fonctions de production en s'occupant du financement du projet, de la fabrication, de la gestion des droits, de la mercatique et de la promotion du jeu. Du fait de sa connaissance du marché, de son savoir-faire en matière commerciale, et de la capacité de financement qu'il possède, c'est un acteur central dans le

[629] *Ibid.*
[630] Ministère de la culture et de la communication, « La création de jeu vidéo en France en 2001 » dans *Bulletin du département des études et de la prospective*, n° 139, juillet 2002, p. 3.

processus de commercialisation du logiciel ludique[631]. Le choix de réaliser un jeu est dans la plupart des cas à son initiative[632].

Cependant, il faut noter que les rapports de force sont déséquilibrés. Durant notre période d'étude, les maisons d'édition dominent les studios de développement. Dans le monde des consoles, les constructeurs assujettissent ces deux protagonistes, en raison du strict contrôle qu'ils exercent sur leurs systèmes de jeux[633]. Surtout, cette domination peut être renforcée par le fait qu'ils exercent aussi des fonctions d'éditeurs et de développeurs. Jusqu'aux années 1990[634], les équipes de développement sont majoritairement intégrées aux maisons d'édition. Ainsi, les deux activités se confondent parfois. Une même entreprise peut être perçue à la fois comme un éditeur et un développeur. Toutefois, la fin de notre période d'étude se caractérise par le développement d'une prise d'autonomie des studios de développement (même si cela n'altère pas les relations entre ces partenaires).

Les processus de production

La première étape du processus créatif d'un jeu vidéo se résume à une conception théorique du programme ludique, et à la description détaillée de ses divers éléments. Toutes ces informations sont condensées dans un document de référence, dont le but est d'expliquer le jeu à l'équipe de développement, mais aussi aux investisseurs afin d'obtenir des financements[635]. Ce travail est défini par la notion d'architecture du jeu[636]. Elle implique, entre autre, un exposé des concepts de base du projet, et de ses différents aspects comme le scénario, les dialogues, l'univers et les personnages, l'architecture narrative, les règles du jeu, mais aussi la

631 Les développeurs et les distributeurs ont de "bout de chaîne", avec pour le premier la création du produit, et pour l'autre l'accès aux consommateurs.
632 Soulignons que certains éditeurs adoptent (surtout sur ordinateur, durant les années 1980) une « politique d'auteur », c'est-à-dire qu'ils acceptent des concepts proposés (ou même des produits finis) par des personnes ou des studios externes à la société. V.C., « *Tilt journal* : interview : Jeff Burton, directeur du marketing international d'Electronics Arts » dans *Tilt*, n° 24, septembre 1985, p. 16 col. 1.
633 Voir p. 344.
634 Ministère de la culture et de la communication, « La création de jeu vidéo en France en 2001 » dans *Bulletin du département des études et de la prospective*, n° 139, juillet 2002, p. 1 col. 1.
635 Ichbiah (Daniel), « *Bâtisseurs de rêve : enquête sur le nouvel eldorado des jeux vidéo* », Paris, First Documents, 1997, 430 p. ; p. 369.
636 Ce terme est la traduction que nous faisons de l'anglais « *game design* ». Nous le préférons à « conception de jeux vidéo » que préconise l'Office québécois de la langue française. Il est à noter que ce concept émerge au milieu des années 1990 et qu'il n'est pas strictement défini. Voir lexique p. 4.

« jouabilité »[637]. Ce dernier mot fait référence d'une manière générale au plaisir du jeu, à travers la façon de jouer[638]. Elle s'expérimente avec les interfaces homme/machine (contrôle du personnage, cohérence des menus), l'ensemble des possibilités interactives offertes par le titre ludique aux joueurs, ainsi que sa maniabilité. C'est-à-dire la manière d'utiliser la manette, et les capacités qu'elle permet dans le jeu (fluidité des mouvements et leur précision, actions à effectuer, facilité de prise en main)[639]. C'est durant cette première phase de la production, qu'est aussi déterminé le type de jeu et le public ciblé. Par ailleurs, ajoutons que la ou les personnes responsables de l'architecture du jeu doivent tenir compte tout au long du développement, des contraintes budgétaires, techniques, ainsi que des délais accordés à la conception. Ils sont également chargés de décider, si besoin est, de l'élimination des éléments qui ne peuvent pas être intégrés au programme ludique.

Ensuite, plusieurs corps de métier se mettent en œuvre pour donner vie au jeu vidéo. Les dessinateurs et les infographistes se chargent de mettre en image le scénario et les éléments du jeu, en réalisant des croquis et un scénarimage. Les animateurs ont pour fonction de créer les différentes animations, mais aussi lier les décors, les personnages et les objets. Avec l'emploi du disque laser, les concepteurs agrémentent en plus les jeux avec des scènes intermédiaires qui ne sont pas interactives[640]. Les musiciens composent la partie sonore du programme (musique, bruitage) qui est généralement intégrée à la fin du processus de production. Enfin, les programmeurs, doivent, quant à eux, rassembler toutes les données fabriquées pour les convertir en langage informatique et faire un ensemble rationnel et harmonieux, dont le résultat final est le jeu vidéo. Ils interviennent durant tout le développement et dans tous ses domaines. Certains d'entre eux sont même affectés

[637] On parle également de « mécanique du jeu ». Soulignons que ce mot « jouabilité » peut être aussi employé comme synonyme de « maniabilité » (c'est notamment parfois le cas dans la presse spécialisée). Voir lexique p. 8.

[638] Le terme exprime la dualité contenue dans les jeux vidéo entre les règles strictes que le joueur doit respecter, et la liberté d'action dont il dispose. Il fait aussi référence à l'attitude de ces derniers vis-à-vis de la structure de jeu.

[639] La maniabilité permet également de séparer les phases interactives, où le joueur a le contrôle du jeu, de celles qui ne le sont pas, et où il devient simple spectateur (scènes cinématiques en image de synthèse, animations diverses durant les péripéties de la partie). Benedict (S.), Chauvin (J-S.), Malausa (V.), « Dans les coulisses de *Rayman 3* » dans *Les Cahiers du cinéma*, *hors série spécial jeux vidéo*, septembre 2002, p. 20 col. 2.

[640] Ce type de scènes peut être fait avec de vrais acteurs (tournées sur fond vert) ou alors être entièrement en images de synthèse.

à des tâches précises, comme l'intelligence artificielle ou le moteur graphique du jeu[641]. Il est à noter qu'au fur et à mesure du développement de cette industrie et des technologies associées, la conception se complexifie, et les différentes tâches qu'elle regroupe se spécialisent[642].

Tableau 2.1: Répartition de la puissance de calcul lors de la création d'un jeu au début des années 2000[643]

	PC	Console
Graphismes	60%	75%
Partie sonore	15%	15%
Divers (dont intelligence artificielle)	25%	10%

Notons qu'une grande attention, et qu'une partie des ressources techniques (mais aussi financières) sont allouées à la partie graphique d'un jeu. Dès les années 1980, un magazine comme *Tilt* le souligne à l'occasion de divers articles, en indiquant que les créateurs se concentrent davantage sur les aspects graphiques au détriment d'autres éléments. En 2000, cette tendance se vérifie toujours comme nous pouvons le voir sur le tableau 2.1. Les concepteurs allouent plus de la moitié de la puissance de calcul de leurs outils pour le développement des graphismes. Le poste visuel est ainsi l'objet de toutes les attentions parce que les joueurs sont très sensibles à ce critère. Dépositaires du degré technologique du jeu mais aussi, et à défaut, de sa qualité[644], les graphismes d'un jeu peuvent à eux seuls les séduire, les pousser à l'achat, et donc faire la différence face à la concurrence.

Des sessions de tests sont organisées au cours du développement pour débusquer des bogues de programmation[645]. Elles visent généralement à vérifier des

[641] Voir lexique p. 9.
[642] Nous voyons apparaître des postes dédiés exclusivement à un aspect du logiciel ludique, comme par exemple la « conception des niveaux ». Voir lexique p. 6.
[643] Natkin (Stéphane), *Jeux vidéo et médias du XXIe siècle : Quels modèles pour les nouveaux loisirs numériques ?*, Paris, Vuibert, 2004, 144 p. ; p. 69.
[644] Graphisme et qualité du jeu sont souvent mis en corrélation, notamment dans la presse ou dans les publicités des éditeurs. Ainsi, pour un certain nombre de joueurs, la qualité d'un logiciel de jeu se vérifie en premier lieu à travers ses graphismes. Plus ils sont reconnus comme aboutis et techniquement impressionnant et plus le jeu est à même d'être perçu comme un excellent logiciel, ayant bénéficié d'un soin particulier lors de son développement et possédant aussi de grandes qualités ludiques.
[645] « Interview de Pascal Luban et introduction aux *playstest* » dans *AFJV.com*, 17 octobre 2005, http://www.afjv.com/press0510/051017_interview_pascal_luban_playtests.htm

aspects très précis du jeu, et elles ont un caractère répétitif pour ceux qui s'en chargent[646]. De même, il existe des séances de tests menées avec des joueurs « communs » et extérieurs au développement[647], qui sont réalisées avec une version plus ou moins avancée d'un jeu donné, ou vers la fin de sa conception. Elles sont nommées « *playstest* »[648], et elles ont pour but d'analyser les réactions des utilisateurs (échantillon représentatif des différents joueurs de jeu vidéo) face au titre ludique et à sa jouabilité. Il s'agit pour les concepteurs de s'assurer de la qualité des mécaniques de jeu. Les conclusions tirées de ces sessions servent à corriger, améliorer, ou rééquilibrer certains éléments du logiciel.

Une fois le jeu terminé, il reste à accomplir des tâches comme la rédaction de la notice, la création de l'emballage (notamment la jaquette), et la phase de duplication du logiciel. Après, les équipes commerciales de l'éditeur prennent le relai afin de faire connaître le titre au public, à la presse et aux revendeurs. Soulignons que le travail de communication peut débuter durant la production du programme ludique.

D'autre part, un travail de traduction[649] est nécessaire lorsque les maisons d'édition prévoient de commercialiser leurs jeux dans différents pays. Généralement, il concerne les textes du jeu, ceux de sa notice, mais aussi parfois ses dialogues (quand il y en a), qu'il faut en plus doubler[650]. Cette tâche peut s'effectuer dans la foulée du développement ou bien alors quelques mois, voire quelques années, après la sortie initiale du jeu, lorsque celui-ci est sur le point d'être édité sur un nouveau marché. La qualité des adaptations demeure assez inégale. Certaines sont

[646] Soulignons que les personnes qui réalisent ces tests sont appelées des testeurs. Il ne faut pas confondre ces testeurs, avec les journalistes de la presse spécialisée, qui sont généralement désignés aussi comme des testeurs par les joueurs.
[647] Les protocoles, la façon de mener les séances, le choix des profils des joueurs peuvent être différents selon l'entreprise, les besoins de l'équipe de développement, ou même le genre du jeu à évaluer.
[648] Les professionnels et la presse ont adopté une fois de plus le terme anglais. A ce jour, il n'existe pas d'équivalent en français (l'Office québécois de la langue française ne possède pas encore de fiche pour ce mot). Littéralement, il se traduit par « test de jeu ».
[649] Le terme « localisation » est également utilisé par les professionnels, la presse et les joueurs pour désigner ce travail.
[650] Ce travail peut être le fait de l'éditeur original du titre ou bien d'un co-éditeur qui le prend en charge pour un territoire donné. Suivant la nature et le genre du jeu, le travail de traduction est susceptible de se révéler complexe, avec beaucoup de texte à adapter. C'est notamment le cas pour les jeux d'aventure ou de rôle. Par exemple, pour le jeu *Secret of Mana* sur *Super Nintendo*, la traductrice française doit transposer 362 pages de texte (dans un délai de trois semaines). En outre, dans le cadre d'un titre japonais, l'interprétation se réalise presque toujours en France, à partir d'un matériel américain et non pas par rapport à la source japonaise. TSR, « Les secrets de *Secret of Mana* » dans *Joypad*, n° 34, septembre 1994, p. 70 col. 2. ; *Ibid.* p. 71 col. 2.

excellentes[651], tandis que d'autres sont très médiocres[652]. Notons qu'un travail bâclé peut nuire au plaisir de jeu, et surtout ne pas retranscrire l'atmosphère et les diverses émotions voulus par les créateurs. Les problèmes liés à ce travail de traduction et d'adaptation sont principalement causés par une insuffisance de temps et de moyens (humain et financier) alloués (par l'éditeur) à cette activité, mais aussi parfois à des problèmes de communication au sein des équipes responsables du projet [653]. En outre, il peut être affecté par le manque de considération des personnes (traducteurs, comédiens de doublage) impliquées dans ce processus pour le monde du jeu vidéo.

Il faut souligner, d'autre part, que quelquefois lors de cette phase de traduction, des modifications sont apportées au jeu. Elles peuvent concerner son nom même, celui des personnages ou tout autre élément, mais aussi affecter son contenu. On peut noter par exemple, des changements de musiques, l'ajout (ou la disparition) d'options, des changements dans la difficulté du jeu, et parfois des corrections de bogues. Néanmoins, le plus souvent, les transformations revêtent un caractère de censure. Elle s'exerce, aussi bien sur le scénario, que dans le jeu avec des modifications de scènes jugées violentes, de l'aspect d'un personnage ou de son arme. Les changements affectent particulièrement les titres pour consoles, lorsqu'un jeu d'origine japonaise est adapté pour le marché américain. En ce qui concerne les marchés européens, ils reçoivent dans une grande majorité des cas cette version « occidentalisée ».

Les outils utilisés pour le développement d'un jeu vidéo

Pour concevoir un jeu vidéo, les développeurs disposent de plusieurs sortes d'outils informatiques aussi bien du côté matériel que logiciel[654]. S'il en existe des

[651] Nous pensons notamment aux jeux édités par Nintendo, ou bien encore à un cas tel que de *Sam and Max hit the road* sur *PC* sorti en 1994. A propos de ce dernier jeu, *Tilt* salue les qualités de la transposition, notamment son originalité, l'utilisation de références culturelles françaises ou bien encore son doublage auquel participent des « grands noms » de la profession. Voir : Béronie (Noëlle), « *Sam and Max hit the road* » dans *Tilt*, n° 122, janvier 1994, p. 76 col. 2. ; *Ibid.* p. 77 col. 2.

[652] Cette médiocrité se traduit par des fautes d'orthographes, des traductions littérales ou approximatives, et des doublages ratés (voix inadéquates, jeu des comédiens mauvais).

[653] Cela peut être dû à une absence d'harmonisation des traductions réalisées par le ou les traducteurs, ou bien encore à un manque de contrôle (de qualité) de l'éditeur sur les textes ou les doublages réalisés.

[654] Nous pouvons citer en exemple les ordinateurs de la société Silicon Graphics utilisés pour la création des images de synthèse, ou bien encore des langages de programmations tels que le *BASIC* ou le *C++*.

standards, certains programmeurs préfèrent créer leurs propres instruments. Pour un programme ludique sur console, les professionnels doivent se procurer en plus, auprès du constructeur de la machine, un kit de développement spécifique. Par contre, sur ordinateur, il est tout à fait possible de concevoir un jeu (pour ce système) sans machine particulière et avec des solutions logicielles domestiques[655]. Les moyens de production évoluent au fil des années avec l'avancée technologique. Ils incorporent une part non négligeable de recherche et de développement, et nous pouvons dire qu'ils suivent et attestent aussi des changements de l'industrie vidéoludique[656]. La fin de notre période d'étude se caractérise par une diminution de l'usage d'instruments propriétaires. Parallèlement, des sociétés se spécialisent dans la réalisation de solutions « clé en main » (création et animation en trois dimensions, moteur de jeu complet[657]) nécessaires à la production des jeux[658].

Les effectifs

Le nombre de personnes qui participe à la réalisation d'un jeu varie, selon les époques et les plates-formes visées. A la fin des années 1970 et au début des années 1980, il n'est pas rare qu'un programmeur s'occupe seul de faire un jeu. Avec l'arrivée des ordinateurs 8 bits[659], un tandem s'impose petit à petit, comprenant d'un coté un créatif, et de l'autre un technicien qui se charge de la programmation.

La période suivante, celle des ordinateurs 16 bits et de la domination de l'*Atari ST* et de l'*Amiga*, voit la consécration d'un trio composé d'un scénariste, d'un

[655] Certains professionnels débutent leur carrière sur ordinateurs 8 bits, en faisant des jeux avec un langage de programmation simple comme le *BASIC*. De même, avec les ordinateurs 16 bits tel que l'*Atari ST* et l'*Amiga*, des logiciels « grand public » sont utilisés, notamment des programmes graphiques (*Deluxe Paint* ou *Degas*).
[656] Par exemple, à partir des années 1990, l'utilisation du CD-ROM, des images de synthèses, et la banalisation des jeux en trois dimensions amènent les concepteurs à employer des outils dédiés à ces nouvelles techniques. Par ailleurs, ils exploitent des programmes proches de ceux employés pour la post production audiovisuelle et sonore. Notons que les technologies de l'image utilisées dans le jeu vidéo ont un décalage de cinq à dix ans sur celles utilisées dans l'animation. Natkin (Stéphane), *Jeux vidéo et médias du XXIe siècle : Quels modèles pour les nouveaux loisirs numériques ?*, Paris, Vuibert, 2004, 144 p. ; p. 69.
[657] Soulignons qu'au début des années 2000, la création de ce qu'on nomme le « moteur du jeu » (et notamment le moteur graphique) tient une place importante dans le développement d'un jeu. Voir lexique p. 9.
[658] Pour les développeurs, acquérir ce type de programmes permet d'économiser du temps et de l'argent, mais aussi de se dispenser de la recherche, du développement et de la réalisation de ses propres outils. Cette catégorie de logiciel est appelée logiciel médiateur ou intergiciel (« *middleware* » en anglais). Elle n'est pas exclusive aux jeux vidéo puisqu'elle comporte aussi des solutions qui peuvent intéresser des agences graphiques, de conceptions de sites Internet, ou même des laboratoires de recherche.
[659] Chazoule (Olivier), « La chasse aux cerveaux a commencé » dans *Tilt*, n° 3, janvier/février 1983, p. 22 col. 2.

graphiste et d'un programmeur[660]. Notons que cette description reste générale et schématique, et que ce n'est pas la règle absolue prévalant pour tout développement. De plus, elle concerne principalement la France.

Avec l'arrivée du CD-ROM et la stabilisation de l'industrie autour des deux principales plates-formes que sont le *PC* et les consoles, on peut constater une progression du nombre de personnes, mais aussi une certaine stabilisation. En 1994, selon une étude du Centre français du commerce extérieur[661], un jeu à petit budget requiert trois personnes, tandis qu'il faut cinq personnes pour un titre au budget moyen, et huit personnes ou plus pour un titre important. A la fin de notre période d'étude[662], un jeu sur console portable, plus simple à réaliser que sur les machines de salon et ayant besoin d'un budget moins conséquent, réclame entre quatre et huit personnes. Un jeu important pour *PC* et console de salon regroupe une équipe de quarante à cent personnes. On peut donc en conclure que plus on avance dans la période d'étude, plus le matériel et les techniques deviennent complexes, et plus la conception de jeux requiert des hommes et du temps, et donc de l'argent. Si on inclut en plus des développeurs, le secteur commercial, l'édition et la diffusion, un plus grand nombre encore de personnes participe à l'élaboration d'un jeu.

Les coûts de développement

En ce qui concerne les coûts de développement, la production d'un titre ludique requiert des investissements importants. Ils apparaissent comme variables tout au long de la période, même si globalement, on note une augmentation croissante liée aux progrès technologiques du matériel et des jeux[663]. En 2003, le rapport Fries sur l'industrie du jeu vidéo en France note à ce sujet :

---

[660] Hautefeuille (Olivier), « Les dieux du pixel » dans *Tilt*, n° 79, juin 1990, p. 90 col. 1.
[661] Sarron (Catherine, sous la direction de), « *Jeux vidéo* », Centre français du commerce extérieur, direction des industries et services, Les éditions du CFCE, mai 1994, 77 p. ; p. 44.
[662] Natkin (Stéphane), *Jeux vidéo et médias du XXIe siècle : Quels modèles pour les nouveaux loisirs numériques ?*, Paris, Vuibert, 2004, 144 p. ; p. 25.
[663] Pour illustrer cette variation et cette tendance vers une augmentation continue des coûts, nous allons prendre différents exemples. De cette manière, sur micro-ordinateur au milieu des années 1980, un développeur Français comme Loriciels débourse environ trois cents mille francs (45 735 euros) pour créer un jeu. Au début des années 1990, le Français Infogrames consacre un budget allant d'un million et demi de francs (228 673 euros) à quatre millions de francs (609 796 euros) pour faire ses jeux. En comparaison, l'Américain Sierra consacre un million de dollars pour son titre *King's Quest V*. En moyenne, à cette époque, un jeu ambitieux demande un financement d'un million d'euros environ. Sur console, le budget moyen constaté est équivalent ; Nintendo dépense à peu

« A la différence des schémas classique de l'industrie, l'introduction de nouvelles technologies dans le jeu vidéo rend chaque cycle de production plus coûteux, plus complexe puisqu'il faut à chaque fois réinventer la chaîne de production. La transition d'une génération à l'autre est de surcroît délicate puisque les éditeurs sont confrontés à une baisse des ventes sur le parc existant et doivent en même temps accroître leurs investissements en R&D ainsi qu'en production sur les nouvelles plates-formes. »[664]

Les fluctuations des coûts de développement peuvent s'expliquer, entre autre, par le choix de la plate-forme ludique[665], les ambitions commerciales pour le jeu en cours de réalisation[666], mais aussi le degré de financement obtenu pour le projet[667].

---

près un million de dollars par production. En 1994, le budget minimum pour une production est d'un million de francs (152 449 euros), tandis qu'un titre important dispose de six millions de francs (914 694 euros) voire plus. L'investissement moyen se situe entre deux millions de francs (304 898 euros) et quatre millions de francs (609 796 euros). Après 2000, les coûts de développement se stabilisent (aussi bien pour console que pour *PC*) autour de cinq millions d'euros pour un jeu d'envergure internationale. Les grandes productions (principalement américaines ou japonaises) peuvent, quant à elles, atteindre un coût total d'une vingtaine de millions d'euros. Voir : Delcourt (Guy), « *Actuel* : Micro-économie : le grand chambardement » dans *Tilt*, n° 19, mars 1985, p. 22 col. 3 ; Jolivart Bernard, *Les jeux vidéo*, Paris, PUF, 1994, 128 p. (coll. «*Que sais-je?»)*; p. 109 ; Le Diberder (Alain), « La R et D dans les jeux vidéo » dans *AFJV.com*, 20 août 2003, http://www.afjv.com/press0306/030617_clve.htm ; Sarron (Catherine, sous la direction de), « *Jeux vidéo* », Centre français du commerce extérieur, direction des industries et services, Les éditions du CFCE, mai 1994, 77 p. ; p. 44 ; Natkin (Stéphane), *Jeux vidéo et médias du XXIe siècle : Quels modèles pour les nouveaux loisirs numériques ?*, Paris, Vuibert, 144 p. ; p. 23.

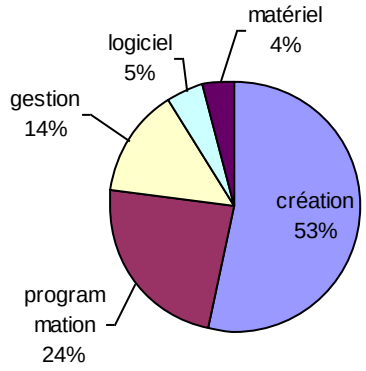
[664] Fries (Fabrice), « *Propositions pour développer l'industrie du jeu vidéo en France* », 23 décembre 2003, p. 8.

[665] Faire un jeu pour l'arcade, pour une console ou un ordinateur ne revient pas au même coût. Ainsi, jusqu'aux années 1990, les jeux d'arcade sont généralement les plus chers à produire en raison de leur réalisation beaucoup plus aboutie du point de vue technique. Hormis le cas de l'arcade, réaliser un jeu sur console est plus onéreux que pour un ordinateur, en raison des redevances prélevées par les constructeurs, des outils dédiés qu'il faut acquérir, mais aussi du support cartouche lorsque celui-ci est utilisé (plus le jeu contient de données informatiques, plus la cartouche doit avoir une capacité de stockage importante, et plus elle est chères). L'adoption du CD-ROM comme support de stockage fait aussi s'envoler de manière drastique les coûts de développement, à cause de l'inclusion des scènes cinématiques en image de synthèse.

[666] L'investissement est plus important pour un jeu prévu pour une commercialisation internationale (et qui vise des ventes conséquentes), que pour une production qui dès le départ se veut plus modeste, et ce aussi bien du point de vue technique, qu'au niveau économique (prévisions de vente, volume sur les marchés).

[667] Des différences entre les pays sont perceptibles, et elles sont liées à l'état de développement des jeux vidéo dans la société et parmi les industries culturelles de divertissement. Elles n'indiquent pas qu'il est plus onéreux de concevoir un jeu vidéo dans tel ou tel pays, mais elles montrent plutôt la puissance financière ou les capacités de financement des entreprises. Ainsi, les sociétés japonaises et américaines sont la plupart du temps celles qui lancent les créations les plus chères, parce qu'elles ont une plus grande facilité à lever des fonds conséquents, ce qui leur permet aussi de se lancer dès le départ dans des projets de grandes envergures. Sans compter que pour les Japonais et les Américains, il est possible (et plus facile) de rentabiliser leur production sur leur seul marché intérieur (ce qui est impossible d'une manière générale en Europe).

Graphique 2.2: Répartition des coûts d'une production de jeu vidéo par grands postes (de développement) au début des années 2000[668]



Lorsque l'on regarde la répartition des coûts de développement dans le processus de production, on peut s'apercevoir (graphique 2.2) que la création est un poste qui obtient environ la moitié des investissements. Toutefois, à l'échelle globale de la conception d'un jeu, c'est-à-dire de sa production à sa commercialisation, les postes créatifs ne sont pas ceux qui coûtent le plus d'argent. Sur l'exemple qui suit, le développement ne représente que 16% de l'ensemble.

Budget type d'un jeu sur console visant un million d'exemplaire au début des années 2000[669] :

Développement : 16% (5 millions d'euros)
Mercatique : 16% (5 millions d'euros)
Fabrication (constructeurs de consoles) : 33% (10 millions d'euros)
Distribution : 20% (6 millions d'euros)
Marketing/ licence de tiers : 7% (2 millions d'euros)
Marge (avant impôt) : 7% (2 millions d'euros)

D'autre part, la rémunération du studio de développement se fait principalement sous la forme d'avances sur redevance et de gain proportionnel au succès commercial du jeu produit. Avec ce système, le développement est divisé en paliers.

[668] Ministère de la culture et de la communication, « La création de jeu vidéo en France en 2001 » dans *Bulletin du département des études et de la prospective*, n° 139, juillet 2002, p. 9 graphique 1.
[669] Fries (Fabrice), « *Propositions pour développer l'industrie du jeu vidéo en France* », 23 décembre 2003, p. 7.

Les avances sont distribuées au fil de la conception et elles servent à couvrir les frais du studio. La rétribution sur les ventes se fait après la déduction des coûts de production[670]. Dans l'ensemble[671], les marges dépendent de plusieurs facteurs (poids de l'acteur, jeu concerné, négociations), mais elles ne sont généralement pas en faveur des studios de développement.

Ainsi, ces derniers ne gagnent que quelques euros sur le prix de vente d'un jeu, comme nous pouvons le voir avec la répartition du prix de vente d'un jeu au début des années 1990 et le tableau 2.2.

Répartition du prix de vente d'un jeu au début des années 1990[672]

Développeur : 10%
Editeur : 35%
Grossiste : 20%
Détaillant : 35%

Tableau 2.2: Répartition moyenne du prix de vente d'un jeu (TTC) au début des années 2000[673]

	Jeu pour ordinateur	Jeux pour console
TVA	16,4	16,4
Distribution finale	32,0	28,5
Redevance au constructeur de consoles	-	18,9
Distribution de gros	19,0	14,0
Edition (mercatique)	12,0	10,0
Développement (y compris licence)	20,6	12,2
Total	100	100

[670] Certains éditeurs peuvent par ailleurs, gonfler le montant de ces coûts, afin de s'en délester, en introduisant dans le calcul des éléments qui normalement ne concernent pas la production du jeu. Ministère de la culture et de la communication, « La création de jeu vidéo en France en 2001 » dans *Bulletin du département des études et de la prospective*, n° 139, juillet 2002, p. 9 col. 1.
[671] Lacroix (Antoine), « Comment ça marche la distribution de jeux vidéo » dans *AFJV.com*, 26 décembre 2006, p. 1. http://www.afjv.com/press0501/050110_jeux_video_distribution1.htm
[672] Sarron (Catherine, sous la direction de), « *Jeux vidéo* », Centre français du commerce extérieur, direction des industries et services, Les éditions du CFCE, mai 1994, 77 p. ; p. 47.
[673] Ministère de la culture et de la communication, « La création de jeu vidéo en France en 2001 » dans *Bulletin du département des études et de la prospective*, n° 139, juillet 2002, p. 7 col. 2.

Au début de la décennie 2000, pour un jeu dont le prix est de quarante-cinq euros, le studio de développement empoche neuf euros environ pour un titre sur ordinateur, et un peu plus de cinq euros pour un jeu sur console. Pour être rentable, un jeu ayant coûté un million d'euros doit se vendre au minimum à 100 000 exemplaires[674]. Pour un titre ayant coûté deux millions d'euros sur console, il doit s'écouler à 360 000 unités, et à 215 000 unités sur ordinateur.

En raison de la taille restreinte du marché hexagonale, il n'est pas possible en France (et plus généralement en Europe), d'amortir les dépenses sur le seul marché intérieur[675]. Il faut obligatoirement viser les marchés internationaux, ce qui peut avoir des répercussions sur le jeu, son thème, son genre, et la manière de le faire puisqu'il faut prendre en compte les goûts des joueurs d'autres pays. Durant toute notre période d'étude, les entreprises françaises tentent le plus possible de commercialiser leurs titres sur les marchés européens (notamment anglais) et aux Etats-Unis. En définitive[676], c'est plus de la moitié de la production française de jeu vidéo qui s'exporte.

La création française

Terminons ce paragraphe par l'évocation de la production française de jeux vidéo, avec la notion de « *french touch* », qui fait débat car elle n'est pas strictement définie. Chronologiquement, cette appellation désigne une période prenant place entre le milieu des années 1980 et le milieu des années 1990. Elle apparaît avec les ordinateurs 8 bits, et elle se diffuse sous l'ère des 16 bits avec l'*Amiga* et l'*Atari ST*, pour se terminer avec le *PC* et les jeux sur CD et les consoles 16 et 32 bits. Elle accompagne le développement de l'industrie du jeu vidéo en France et de ses structures (développeur, éditeur). La « *french touch* », c'est principalement une reconnaissance, notamment par les Anglo-saxons, de la qualité des produits

[674] Ministère de la culture et de la communication, « La création de jeu vidéo en France en 2001 » dans *Bulletin du département des études et de la prospective*, n° 139, juillet 2002, p. 9 col. 2.
[675] Cependant cela demeure possible durant les années 1980 sur le marché des ordinateurs 8 bits, voire 16 bits. Avec les années 1990, les consoles et les *PC*, la rentabilité des jeux sur un marché national, ne peut se faire qu'aux Etats-Unis et au Japon, en raison du nombre de consommateur de jeux vidéo qui est plus important qu'en France.
[676] Ichbiah (Daniel), *Bâtisseurs de rêve : enquête sur le nouvel eldorado des jeux vidéo*, Paris, First Documents, 1997, 430 p. ; p. 388.

ludiques français. C'est particulièrement le graphisme des jeux[677] qui attirent l'attention en raison de l'identité et du style propre qu'il leur donne [678]. De même, parmi les autres critères généralement observés pour caractériser le phénomène, il y a un certain coté intellectuel qui émane des titres mais aussi une originalité des scénarios ou des personnages[679]. Les bonnes critiques et la vitalité des logiciels français permettent ainsi aux jeux de l'hexagone de se retrouver souvent dans les classements (des meilleures ventes) anglais et américains[680]. De la même façon[681], cela permet aux éditeurs de se faire connaître et reconnaître sur la scène internationale, et de nouer des contacts avec les compagnies étrangères pour pouvoir obtenir la distribution de leurs titres en France.

A contrario, ce terme de « *french touch* » est remis en cause. Pour certains acteurs de la profession[682], il leur apparaît comme exagéré, découlant d'une généralisation à l'ensemble de la production, de quelques succès à l'étranger. Les jeux français ne sont finalement pas aussi caractéristiques que cela, et pas exempts de défauts ou de reproches. Cette notion peut être également utilisée pour créer une distinction et chercher à démontrer que les jeux vidéo français sont de meilleure qualité, ou disposent d'un côté plus artistique que les productions étrangères. On peut également voir dans le phénomène, une amplification de la presse[683] qui à l'image du mensuel *Tilt*, ne manque pas de défendre et de mettre en avant la création et les produits ludiques de l'hexagone.

Pour résumer, ce qui est désigné sous le terme de « *french touch* » peut être vue comme une sorte « d'école » française du jeu vidéo (au sens artistique). Cette notion se définie par la rencontre entre une singularité des concepts et des idées, et une maîtrise technologique. Si elle possède ses partisans et ses détracteurs, il faut

[677] Cario (Erwan), Diberder (Alain, le), Lanier (Gilles), *L'année du jeu vidéo 2004*, Paris, Calmann-Levy, 2004, 190. ; p. 31.
[678] Robby, « Les jeux vidéo français séduisent le monde entier » dans *Joypad*, n° 27, janvier 1994, p. 145 col. 2.
[679] Ichbiah (Daniel), *Bâtisseurs de rêve : enquête sur le nouvel eldorado des jeux vidéo*, Paris, First Documents, 1997, 430 p. ; p. 390.
[680] Blottière (Jean-Michel), « Edito » dans *Tilt*, n° 34, septembre 1986, p. 5 col. 3.
[681] Delalande (Jean-Philippe), « Las Vegas, un coup de *joystick* dans la salle » dans *Tilt*, n° 52, mars 1988, p. 20 col. 2.
[682] Sarron (Catherine, sous la direction de), « *Jeux vidéo* », Centre français du commerce extérieur, direction des industries et services, Les éditions du CFCE, mai 1994, 77 p. ; p. 52.
[683] A la fois par un certain chauvinisme, mais aussi une fierté de voir des productions françaises qui rivalisent, en terme de qualité, avec les productions étrangères.

néanmoins remarquer que l'époque concernée présente un « bouillonnement » de l'industrie française. D'autre part, le système ludique phare de ce mouvement est l'ordinateur. Il ne touche les consoles que par le biais d'adaptations et autres conversions des jeux venant de l'ordinateur. Cette création « à la française » est incarnée par des entreprises telles que Ere Informatique[684], Cryo Interactive[685], Delphine Software[686], Adeline Software[687], Titus[688], Ubisoft[689], Infogrames[690], Coktel Vision[691], ou bien encore Loriciel[692], et des hommes comme Philippe Ulrich[693], Eric Chahi[694] ou Frédéric Reynal[695]. En ce qui concerne les jeux, nous pouvons citer entre autre *L'arche du captain Blood*[696], *Dune*[697], *Les voyageurs du temps*[698], *Another World*[699], *Alone in a dark*[700], ou bien encore *Flashback*[701].

Conclusion : Un processus créatif de plus en plus complexe et onéreux

La création d'un jeu vidéo apparaît comme un croisement entre la réalisation d'un film de cinéma, l'écriture d'un livre, la composition de musiques, et la conception d'un programme informatique. C'est un processus qui requiert la somme de plusieurs compétences, et la collaboration de différentes disciplines aussi bien artistiques qu'informatiques. Néanmoins, nous avons pu voir que les graphismes, et donc l'image, faisaient l'objet d'une attention particulière, parfois au détriment des autres éléments du programme ludique. Ainsi, les jeux vidéo sont une création essentiellement axée sur le visuel.

---

684 Voir annexe sociétés p. 92.
685 *Ibid.* p. 91.
686 *Ibid.*
687 *Ibid.* p. 90.
688 *Ibid.* p. 95.
689 *Ibid.* p. 93.
690 *Ibid.* p. 91.
691 *Ibid.*
692 *Ibid.* p. 93.
693 Voir annexe personnalités p. 100.
694 *Ibid.* p. 98.
695 *Ibid.* p. 99.
696 Voir annexe jeux p. 131.
697 *Ibid.* p. 118.
698 *Ibid.* p. 132.
699 *Ibid.* p. 104.
700 *Ibid.* p. 103.
701 *Ibid.* p. 122.

Sur l'ensemble de la période étudiée, les besoins matériels, humains et financiers ne cessent d'augmenter, en relation avec les avancées technologiques. De ce fait, concevoir un jeu vidéo devient, au fur et à mesure, une entreprise de plus en plus risquée, qui demande des moyens toujours plus conséquents. Les développeurs et les éditeurs ont peu ou pas de marge d'erreur, notamment parce que la durée de vie commerciale des logiciels de jeux est courte. Le succès auprès du public est donc plus que jamais un impératif. Sans compter que les entreprises françaises doivent le plus souvent exporter leurs jeux pour pouvoir espérer rentrer dans leurs frais, ce qui peut avoir une influence sur le contenu du jeu (thème, genre, scénario calqué sur les divertissements américains). Ces éléments poussent à une certaine uniformisation car les professionnels sont amenés à commercialiser un même jeu sur plusieurs machines, mais aussi à ne pas trop s'écarter des goûts et des attentes des joueurs.

La création française parvient à se démarquer, particulièrement sur les jeux pour ordinateur, mais elle est de plus en plus intégrée à un mouvement mondialisé. De cette manière, on ne peut pas dire que la période que nous étudions voit l'émergence d'un jeu vidéo français (à la manière du cinéma français), avec ses propres spécificités.

Au-delà de 2003, l'arrivée d'Internet dans le paysage des joueurs et des créateurs, mais aussi des consoles de nouvelles générations, permet de faire évoluer l'écosystème de la création. Des alternatives aux circuits classiques émergent en lien avec le développement de l'achat dématérialisé, et de nouveaux supports de jeux qui s'avèrent être plus simple d'accès pour les développeurs. Ces supports sont, par exemple, les réseaux sociaux, les magasins virtuels de programmes des téléphones portables, ou bien encore les services en ligne de Sony, Nintendo et Microsoft. De cette manière, le rôle des éditeurs est remis en cause parce qu'Internet offre la possibilité à un développeur de créer, d'éditer et de distribuer lui-même ses jeux. En outre, les programmes ludiques sur ces plates-formes sont généralement plus simples qu'une production classique, et par conséquent, ils requièrent des investissements beaucoup moins importants. On retrouve également une certaine effervescence créatrice, notamment en France, qui peut s'apparenter à celles des périodes des ordinateurs 8 bits et 16 bits. En somme, si notre période d'étude

consacre le modèle de la « superproduction », la période qui suit immédiatement est synonyme de nouvelles voies et de nouveaux modèles de créations et de distributions des jeux.

b) La formation et les études pour intégrer le secteur

L'enseignement dédié aux jeux vidéo est à l'image de son industrie, un domaine qui se construit tout au long de la période étudiée. Naissant entre les mains d'universitaires et d'ingénieurs spécialisés dans l'informatique, l'électrotechnique ou la physique, les jeux vidéo ne disposent pas à leur apparition de formations adaptées. D'ailleurs, les questions liées à l'enseignement pour travailler dans le secteur ne se posent qu'à partir du début des années 1980, avec l'arrivée en France du premier magazine dévolu au sujet, des « grandes » consoles de cette période mais aussi avec la démocratisation des ordinateurs. Par ailleurs, lorsqu'on parle de travailler dans le jeu vidéo, cela fait principalement référence à la conception des jeux.

Une formation non spécifique ou en autodidacte

Ainsi, durant les décennies 1980 et 1990, les personnes qui désirent s'engager dans le jeu vidéo (en France) disposent de deux solutions afin de se former. La première consiste à s'engouffrer dans des filières dont le champ de compétence est utilisé dans la création des jeux vidéo. Deux sphères sont essentiellement concernées : d'un côté la programmation et de l'autre, tout ce qui à trait au visuel et au graphisme. Pour la programmation, l'apprenti programmeur peut intégrer une formation liée à l'informatique[702] comme certains DUT, BTS, ou la filière MIAS[703] pour l'université ou bien encore des grandes écoles. Pour l'étudiant, le but est d'acquérir une maîtrise de la programmation et une connaissance des différents langages informatiques tels que l'*Assembleur* ou le *C*[704].

En ce qui concerne les activités liées à l'image, les différents studios et développeurs français recrutent des personnes issues d'écoles formant graphistes, animateurs, dessinateurs aussi bien spécialisés en deux dimensions qu'en trois

[702] Ministère de la culture et de la communication, « La création de jeu vidéo en France en 2001 » dans *Bulletin du département des études et de la prospective*, n° 139, juillet 2002, p. 4 col. 2.
[703] Mathématique, Informatique et Applications Aux Sciences
[704] Jolivart Bernard, *Les jeux vidéo*, Paris, PUF, 1994, 128 p. (coll. «*Que sais-je?»)*; p. 113.

dimensions. Parmi ces écoles[705], on peut citer les Gobelins qui ouvre, en outre, durant les années 1990, une section multimédia ou bien encore Emile Cohl. Cette dernière[706] créée en 1984 à Lyon, possède des liens avec l'éditeur Infogrames, et elle pourvoit en hommes les différents studios basés dans ce secteur géographique. Plus spécifique à la troisième dimension et à la réalisation en images de synthèses, Supinfocom est un établissement ouvrant ses portes en 1988 à Valenciennes. En juin 1990[707], le mensuel *Tilt* parle dans ses colonnes d'une formation dénommée ATI[708] (arts et technologie de l'image), rattachée à l'Université Paris 8 (Saint-Denis)[709]. Le cursus comprend de la programmation, des mathématiques appliquées à l'Infographie, de l'histoire de l'art et des techniques, l'utilisation de programmes d'animation et d'image de synthèse. Les cours sont dispensés par une dizaine de professeur (cours théorique le matin et atelier l'après-midi) et les cycles comptent, au moment du reportage, cinquante étudiants[710] repartis en licence, maîtrise et DEA. Enfin, il faut noter que d'autres écoles comme l'Ecole nationale supérieure des arts décoratifs[711] sont susceptibles d'alimenter de leurs diplômés (notamment des graphistes pour le cas de cette école), les compagnies de jeux vidéo.

La seconde méthode pour se former aux métiers du jeu vidéo réside dans un apprentissage par ses propres moyens. Cette voie est surtout utilisée durant les années 1980, et elle est particulièrement adaptée à la programmation. Cependant, avec les ordinateurs 16 bits et leur orientation vers la création, les utilisateurs peuvent aussi se familiariser avec les domaines graphiques ou avec l'animation, en se servant de programmes également employés chez les professionnels. Ainsi, de nombreux acteurs de la scène française sont des autodidactes, ayant commencé

[705] Aiste, « Les écoles du jeu vidéo » dans *Jeuxvideo.com*, 08 décembre 2006, p. 3. http://www.jeuxvideo.com/dossiers/00006816/les-ecoles-de-jeux-video-les-premices-003.htm
[706] *Ibid.*
[707] Guilminot (Sylvie), « *Tilt journal* : s'il vous plaît…dessine-moi un mouton » dans *Tilt*, n° 79, juin 1990, p. 24 col. 1.
[708] *Ibid.* col. 3.
[709] La formation vise en priorité des débouchés dans l'audiovisuel ou la publicité et l'enseignement est accessible à partir de bac +2, sur dossier et après un entretien. *Ibid.* p. 25 col. 2.
[710] *Ibid.* p. 24 col. 3.
[711] Ministère de la culture et de la communication, « La création de jeu vidéo en France en 2001 » dans *Bulletin du département des études et de la prospective*, n° 139, juillet 2002, p. 4 col. 2.

plus par plaisir[712] que par nécessité, en apprenant les bases le plus souvent chez eux, sur du matériel acheté dans le commerce.

C'est le cas par exemple de certains membres d'Ere Informatique. Philippe Ulrich possède une formation de cuisinier, et il se lance dans une carrière musicale avant d'entrer dans le jeu vidéo[713]. C'est en achetant un ordinateur, le *ZX80* de Sinclair, qu'il est amené à programmer ses premiers jeux[714]. Rémi Herbulot vient à la programmation à la suite d'un défi lancé par son supérieur hiérarchique[715]. Quant à Didier Bouchon[716], après des études à l'école Boule et une formation en biologie, il devient graphiste, et il possède déjà (avant d'intégrer l'entreprise) quelques notions de programmation sur ordinateur de marque Amstrad.

La presse joue d'autre part un rôle important dans ce mouvement d'auto-formation. En effet, la plupart des magazines spécialisés de cette période réalisent de nombreux dossiers expliquant les rudiments de la programmation ou de tel ou tel logiciel de création. Ils offrent l'opportunité aux « lecteurs apprentis » de diffuser, via leurs pages, le fruit de leur travail. Ainsi, ils publient certaines illustrations, mais aussi des listes de programmes[717] donnés sous forme de texte (en langage de programmation) que le lecteur recopie sur son ordinateur pour les utiliser. Les magazines[718] sont donc un moyen pour ces autodidactes de se faire connaître, mais aussi d'obtenir les adresses et les contacts des professionnels afin de se présenter ou d'envoyer une candidature spontanée.

Apparition de filières dédiées aux jeux vidéo

---

[712] Chazoule (Olivier), « *Actuel* : la chasse aux cerveaux a commencé » dans *Tilt*, n° 3, janvier/février 1983, p. 21 col. 4.
[713] Ichbiah (Daniel), *Bâtisseurs de rêve : enquête sur le nouvel eldorado des jeux vidéo*, Paris, First Documents, 1997, 430 p. ; p. 27.
[714] Il réalise un clone de *Space Invaders* et un jeu d'*Othello*. *Ibid.* p. 37.
[715] *Ibid*. p. 109.
[716] « *Zoom* : le grand zoo » dans *Joystick hebdo*, n° 2, 16 novembre 1988, p. 24 col. 5.
[717] La presse et les joueurs se réfèrent à ce type de listage en utilisant exclusivement le terme anglais « *listing* ». De cette manière, lorsque le mot « listing » est évoqué, ils savent immédiatement qu'il s'agit de programmes publiées sous forme de texte à recopier (et pas d'autre chose).
[718] Aiste, « Les écoles du jeu vidéo » dans *Jeuxvideo.com*, 08 décembre 2006, p. 1. http://www.jeuxvideo.com/dossiers/00006816/les-ecoles-de-jeux-video-il-y-a-bien-longtemps-001.htm

Jusqu'aux années 2000, la France (et plus globalement l'Europe[719]) ne dispose pas de structures spécialisées dans la formation aux métiers du jeu vidéo. Par rapport à des pays comme le Japon ou les Etats-Unis, elle n'a pas de retard important, puisque les premiers établissements dédiés apparaissent dans ces pays peu de temps auparavant, au début des années 1990. Ils peuvent être ou non rattachés à un acteur du milieu telles la Konami School Inc[720] de l'éditeur Konami au Japon[721] ou la Digipen Institute Of Technology[722], une école ayant des liens étroits avec la filiale américaine de Nintendo.

Dans l'hexagone[723], c'est la structuration et la professionnalisation du secteur (apparition de métiers spécialisés) du jeu vidéo qui amène le besoin d'un apprentissage qualifié et certifié. En 2001[724], apparaît sous l'impulsion de Stéphane Natkin, un DESS jeux vidéo et médias interactifs, crée par le CNAM[725] en

[719] Il semble qu'en Europe, l'Université de Liverpool en Angleterre est l'un des premiers établissements à délivrer des diplômes spécifiques aux jeux vidéo. *Ibid.* p. 2. http://www.jeuxvideo.com/dossiers/00006816/les-ecoles-de-jeux-video-pourquoi-des-ecoles-de-jeux-video-002.htm

[720] L'école apparaît en 1997 et elle est destinée avant tout à former des futurs employés de Konami. Se déroulant sur trois ans, la scolarité amène les étudiants à se spécialiser dans un domaine précis (programmation, localisation, son, graphisme, design) mais aussi à travailler sur certains titres en développement. La formation est exigeante, le taux de réussite n'atteignant que 20% à 25%. Aiste, « Les écoles du jeu vidéo » dans *Jeuxvideo.com*, 08 décembre 2006, p. 31 http://www.jeuxvideo.com/dossiers/00006816/les-ecoles-de-jeux-video-le-cas-japonais-les-senmon-daigaku-la-konami-computer-school-et-toru-iwatani-031.htm

[721] Une autre part de la formation nippone fait appel au cadre plus général des écoles privées spécialisées. C'est le cas par exemple de la Kyoto Computer Gakuin, une structure créée en 1969 qui est une référence pour tout ce qui concerne les nouvelles technologies (multimédia, programmation, jeux vidéo). En 2000, elle créée un nouveau diplôme spécifique à l'univers des jeux vidéo, dispensant un enseignement dans les domaines de la programmation, du graphisme, du son et du *game design*. *Ibid.* p. 30 http://www.jeuxvideo.com/dossiers/00006816/les-ecoles-de-jeux-video-le-cas-japonais-les-senmon-gakko-la-kgc-et-nintendo-030.htm

[722] A l'origine, il s'agit d'une entreprise fondée à Vancouver, en 1988 par un universitaire, Claude Comair qui dispense des cours sur l'animation en trois dimensions en partenariat avec l'université de Vancouver. C'est de la réussite de ces cours que née l'idée d'un cursus de programmation adapté aux jeux vidéo. Prenant contact avec Nintendo of America afin de réaliser un partenariat avec le géant japonais, Digipen accueille sa première promotion en 1994 pour un programme en deux ans. En 1998, l'entreprise se mute en Digipen Institute Of Technology et ses locaux se situent à Redmond aux Etats-Unis dans les mêmes bâtiments que Nintendo. Le cursus mis en place se nomme *Real Time Interactive Simulation* et il délivre deux diplômes : un *Associate of Science in Real-Time Interactive Simulation* se préparant sur deux ans et un *Bachelor of Science in Real-Time Interactive Simulation* sur quatre années. Les étudiants reçoivent des cours dans plusieurs matières comme l'intelligence artificielle, les simulations physiques et mathématiques, l'écriture interactive, l'ergonomie et les interfaces ainsi que les réseaux. *Ibid.* p. 27 http://www.jeuxvideo.com/dossiers/00006816/les-ecoles-de-jeux-video-digipen-027.htm

[723] Croitoriu (Michaël), Pasamonik (Didier), *Les jeux vidéo expliqués aux parents*, Paris, Editions Marabout, 2002, 160 p. ; p. 100.

[724] Claire (Fabien), « Le CNAM crée un DESS jeux vidéo et médias interactifs » dans *Journaldunet.com*, vendredi 29 juin 2001, http://www.journaldunet.com/0106/010629cnam.shtml

[725] Conservatoire National des arts et métiers

collaboration avec les universités de Poitiers et de La Rochelle. Les professionnels[726] apportent également leur concours, telles les sociétés Ubi Soft, Infogrames, Sony, Vivendi, Creative Labs, ou les syndicats SELL[727] et APOM[728]. D'après la brochure informative du DESS, le but de ce diplôme est de deux ordres. D'une part « former les élèves à un travail pluridisciplinaire en équipe de production selon les processus et les technologies de l'industrie du jeu »[729]. D'autre part, « compléter les connaissances techniques de chaque élève dans sa discipline d'origine par des aspects spécifiques à la conception des jeux »[730]. Le recrutement[731] s'effectue sur dossier à bac + 4[732] ou bien à bac + 2 avec cinq ans d'expérience dans le secteur du jeu vidéo.

Cinq spécialités[733] sont proposées qui couvrent l'ensemble des métiers contribuants à la réalisation d'un logiciel de jeu. Ces branches sont la réalisation/gestion de projet, la programmation, l'informatique et le traitement de l'image, la conception sonore, et l'ergonomie et l'interaction entre l'homme et la machine. Les élèves doivent choisir l'une d'entre elles au début du cursus. Outre ces domaines, la formation[734] propose un éclairage sur le monde du jeu vidéo (histoire, économie, méthode et processus de production) et un apprentissage des bases des différents métiers[735]. En plus des cours, les étudiants ont l'obligation de réaliser un projet en groupe, réunissant des individus de plusieurs spécialités. Le but est de confectionner une maquette de pré-production d'un jeu[736]. Enfin, un stage en entreprise de quatre à six mois couronne les études. La première promotion compte

[726] *DESS jeux vidéo et media interactifs*, brochure de présentation, p. 10. http://deptinfo.cnam.fr/Enseignement/DESSJEUX/presentation.pdf
[727] Syndicat des Editeurs de Logiciels de Loisirs
[728] Association des Producteurs d'Oeuvres Multimédia. En 2008, cette organisation devient le Syndicat National du Jeu Vidéo (SNJV). http://www.snjv.org/fr/syndicat1/snjv-quelques-mots.html
[729] DESS jeux vidéo et media interactifs, brochure de présentation, p. 2. http://deptinfo.cnam.fr/Enseignement/DESSJEUX/presentation.pdf
[730] *Ibid.*
[731] *Ibid.* p. 3.
[732] Le site Internet du CNAM annonce également Bac+5 et il précise les filières concernées en priorité. Ces dernières sont : l'audiovisuel, l'informatique, les arts plastiques, la musique (spécialisation en électro-acoustique, maîtrises en acoustique et traitement du signal orienté vers la pratique) et psychologie, sciences cognitives et information et communication. http://deptinfo.cnam.fr/Enseignement/DESSJEUX/recrutement.html
[733] DESS jeux vidéo et media interactifs, brochure de présentation, p. 3. http://deptinfo.cnam.fr/Enseignement/DESSJEUX/presentation.pdf
[734] *Ibid.* p. 5.
[735] La brochure donne comme exemple, des bases de programmation ou de la synthèse d'image enseignées aux futurs ingénieurs du son. *Ibid.*
[736] La maquette comprend : l'architecture du jeu, une charte graphique et sonore, l'interface (du jeu), l'architecture logicielle, un plan de validation, le planning et l'évaluation des coûts de production. *Ibid.*

seize élèves[737] tandis que la seconde se monte à trente sept étudiants[738]. Le coût du DESS[739] est de 157 euros environ (hors Sécurité sociale) ou de 2615 euros pour les salariés en formation continue.

Ce cursus sert de base à la création de l'Ecole Nationale du Jeu et des Médias Interactifs Numériques (ENJMIN), le premier établissement public voué à l'enseignement (et à la recherche) dans le domaine du jeu vidéo. A l'image du DESS, l'institution est rattachée aux universités de Poitiers et de La Rochelle, ainsi qu'au CNAM. C'est en 2003[740] que le Premier Ministre, Jean-Pierre Raffarin, officialise la création de cette « grande école » du jeu vidéo. Basée à Angoulême, elle est dirigée par Stéphane Natkin et elle délivre un diplôme (un master) reconnu par l'Etat[741]. L'école ouvre officiellement ses portes à la rentrée scolaire 2004/2005[742].

Le DESS jeux vidéo et médias interactifs ouvre la voie à un enseignement centré sur le jeu vidéo dans lequel s'engouffrent d'autres établissements, essentiellement privés. Les cursus et les formations proposés se calquent, aussi bien en terme d'instruction que de recrutement, sur celui du DESS. C'est le cas par exemple de Supinfogame[743], le premier établissement dédié exclusivement aux jeux vidéo en

---

[737] *Ibid.* p. 12.
[738] *Ibid.* p. 13.
[739] Croitoriu (Michaël), Pasamonik (Didier), *Les jeux vidéo expliqués aux parents*, Paris, Editions Marabout, 2002, 160 p. ; p. 103.
[740] Aiste, « Les écoles du jeu vidéo » dans *Jeuxvideo.com*, 08 décembre 2006, p. 4. http://www.jeuxvideo.com/dossiers/00006816/les-ecoles-de-jeux-video-l-officialisation-004.htm
[741] Aiste, « Les écoles du jeu vidéo » dans *Jeuxvideo.com*, 08 décembre 2006, p. 5. http://www.jeuxvideo.com/dossiers/00006816/les-ecoles-de-jeux-video-point-info-sur-l-ecole-nationale-du-jeu-et-des-medias-interactifs-005.htm
[742] L'enseignement est dispensé par des universitaires mais aussi des professionnels du secteur. Il tourne autour de six grands axes à savoir : le *game design*, la conception sonore, la conception visuelle, la programmation, l'ergonomie et la gestion de projet. En plus de ces spécialités que l'étudiant doit embrasser (selon sa convenance), il y a des matières de tronc commun (économie, sociologie, anglais, analyse d'œuvre) mais aussi des cours facultatifs (informatique, finance, son et image). La fin des études est sanctionnée par la remise d'un projet et des stages en entreprise (entre quatre et cinq mois). Le recrutement est fixé trois années après le baccalauréat ou bien après trois ans d'expérience professionnelle (et une validation d'un acquis d'expérience). L'admission se fait suite à la présentation d'un dossier (dont la rédaction d'un projet de jeu sur un thème imposé), d'épreuves écrites et orales puis d'un entretien personnalisé. Le coût de la scolarité est de 450 euros pour une formation initiale et de 5000 euros pour la formation continue. Voir : Natkin (Stéphane), *Jeux vidéo et médias du XXIe siècle : Quels modèles pour les nouveaux loisirs numériques ?*, Paris, Vuibert, 2004, 144 p. ; p. 1. ; Aiste, « Les écoles du jeu vidéo » dans *Jeuxvideo.com*, 08 décembre 2006, p. 32 http://www.jeuxvideo.com/dossiers/00006816/les-ecoles-de-jeux-video-recapitulatif-des-formations-francaises-032.htm
[743] L'école est liée à Supinfocom, un établissement spécialisé dans l'infographie.

France[744], dont la création se fait sous l'égide de la Chambre de Commerce et d'Industrie du Valenciennois. Annoncée en 2001[745], cette école privée basée à Valenciennes accueille ses premiers étudiants lors de la rentrée scolaire 2002[746]. Elle se concentre principalement sur l'architecture de jeu, et la gestion de la production.

Au niveau de l'enseignement[747], les programmes se focalisent à la fois sur des matières générales et sur l'industrie du jeu vidéo. Il faut noter qu'ils accordent une large place aux jeux dans leur ensemble et, qu'ils ne sont pas seulement centrés sur les jeux informatiques. Accueillant une vingtaine d'élève par promotion, le corps pédagogique se compose principalement de professionnels de l'industrie. L'école délivre un diplôme qui n'est pas reconnu par l'Etat.

Parmi les autres formations, nous pouvons également distinguer celle de l'Institut Supérieur de L'Art Digital[748], une école privée crée à Paris en 2001, qui ouvre une section architecture de jeu en 2002. Enfin, terminons par l'évocation d'un projet de l'éditeur Infogrames[749] qui en 2002 annonce son intention de créer près de Lyon, un « Campus Infogrames », dévoué à la formation. Cependant, nous n'avons pas trouvé d'informations annonçant sa création officielle ou même son ouverture.

Conclusion : un apprentissage spécialisé en développement

Ce tour d'horizon de la formation dans le jeu vidéo permet de montrer que ce secteur ne dispose pas en France, jusqu'aux années 2000, d'écoles ou d'enseignements propres. Les différents emplois sont alors pourvus par des personnes issues de formations dans des domaines annexes (informatique, graphiste), mais surtout par des autodidactes qui se forment seuls et se

---

[744] Croitoriu (Michaël), Pasamonik (Didier), *Les jeux vidéo expliqués aux parents*, Paris, Editions Marabout, 2002, 160 p. ; p. 103.
[745] *Ibid.*
[746] Le cursus est construit sur un cycle de deux ans d'études et le coût de la scolarité s'élève à 10670 euros (pour les deux années).
[747] Aiste, « Les écoles du jeu vidéo » dans *Jeuxvideo.com*, 08 décembre 2006, p. 11 http://www.jeuxvideo.com/dossiers/00006816/les-ecoles-de-jeux-video-point-info-sur-supinfogame-011.htm
[748] *Ibid.* p. 18 http://www.jeuxvideo.com/dossiers/00006816/les-ecoles-de-jeux-video-institut-superieur-de-l-art-digital-018.htm
[749] Croitoriu (Michaël), Pasamonik (Didier), *Les jeux vidéo expliqués aux parents*, Paris, Editions Marabout, 2002, 160 p. ; p. 104.

perfectionnent sur le lieu de travail. C'est avec le développement et la structuration de l'industrie, ce qui entraîne une professionnalisation des métiers, que se manifeste le besoin d'une éducation spécifique. La première filière française (DESS) apparaît en 2001 et sa particularité est d'être rattachée à l'enseignement public. Des établissements privés, notamment ceux spécialisés dans l'informatique, s'engagent aussi dans cette nouvelle filière, en proposant des sections dévolues aux jeux vidéo. L'enseignement dans le domaine des jeux vidéo est apparenté à un cycle d'études supérieures et les différentes formations se basent, à peu de chose près, sur un même modèle à la fois théorique et professionnel. Les cursus se composent de cours spécialisées (dans un domaine précis), de cours généraux (sur l'industrie, matières générales), d'une réalisation d'un projet (en groupe) et de stages en entreprises. Notons que, suivant les écoles, ces dernières proposent soit un enseignement global des métiers de la production de jeux vidéo, soit elles se centrent, plus précisément, dans un domaine en particulier comme le graphisme ou la programmation.

c) La production amateur

La production amateur, telle que nous l'entendons, couvre essentiellement deux champs, à savoir la réalisation d'une part de logiciels ludiques, et d'autre part la modification[750] (ajout d'éléments, transformations) de jeux existant[751]. Elle est, la plupart du temps, le fruit d'un individu ou d'un groupe de personnes ne faisant pas partie d'une structure professionnelle (développeur ou d'un éditeur)[752]. La qualité de ces jeux ou de ces modifications est variable, mais certains programmes peuvent avoir la valeur d'une production commerciale. D'ailleurs, ils sont susceptibles de connaître (pour une minorité), outre la reconnaissance des professionnels, une sortie dans le commerce (à plus ou moins grande échelle). Notons que ces créations sont aussi bien gratuites (on parle alors de gratuiciel[753]) que payantes (le plus souvent en tant que partagiciel[754]). L'achat se fait alors soit en utilisant un réseau (Minitel, Internet) ou bien par l'intermédiaire de contacts trouvés dans les magazines spécialisés[755].

Profil et motivations des joueurs

S'il n'existe pas de profil type de personnes s'adonnant à cette pratique, on peut néanmoins remarquer une proportion non négligeable de programmeurs (amateur ou professionnel). Le fait de réaliser soi-même des jeux apparaît avec les premiers ordinateurs familiaux, et il est possible de rattacher cet usage à la formation et au désir de certains d'intégrer cette industrie. Créer un programme (et le présenter, le diffuser) est alors un moyen de se faire connaître. Outre cette raison, les motivations pour se lancer dans un tel chantier peuvent être le plaisir, l'envie de créer son jeu, de faire la suite d'un titre n'en ayant pas connu, ou pour en maintenir la durée de vie. Cela peut être aussi pour apporter des nouveautés à des systèmes ludiques qui ne

[750] La pratique qui consiste à modifier les jeux est connue chez les joueurs et dans la presse sous le nom de « *mod* ».
[751] Lorsque ceux-ci le permettent. Tous les jeux ne donnent pas cette possibilité.
[752] Cependant, il n'est pas exclu qu'un programmeur ou une quelconque personne travaillant dans le milieu du jeu vidéo, réalise à titre privé des programmes ou des extensions de jeux.
[753] Voir lexique p. 7.
[754] Voir lexique p. 10.
[755] Dans son dernier numéro, le mensuel *Amstrad Cent pour Cent* conseille par exemple à ses lecteurs, face à la pénurie de titres pour les ordinateurs Amstrad, de consulter le serveur Minitel du journal pour trouver des particuliers qui désirent vendre leurs propres créations ludiques. « *Soft à la une* » dans *Amstrad Cent pour Cent*, n° 49, octobre 1993, p. 6 col. 2.

sont plus commercialement exploités, et donc, en raison d'une certaine nostalgie de ces machines.

Les moyens de diffuser ses productions

Plusieurs canaux permettent de diffuser et de présenter ses jeux au public. Il y a tout d'abord la presse. Certains magazines comme *Hebdogiciel* ouvrent une fenêtre vers la création amateur, par la publication de liste de programmes, de tests des meilleurs titres des lecteurs, ou bien encore de l'organisation de concours de programmation[756]. De même, ils peuvent distribuer des jeux amateurs sous forme d'une disquette (puis d'un CD-ROM) présente et offerte avec le journal[757]. Généralement, elle contient des versions de démonstration de titres sortis, ou allant sortir dans le commerce (parfois même des jeux complets), mais elle peut aussi comporter des logiciels pour l'ordinateur ou des jeux réalisés par des indépendants. Autre façon de diffuser ses créations, les réseaux avec en premier lieu les babillards électroniques[758], supplantés par la suite par Internet. Ils permettent de faciliter grandement la manière de montrer ses productions, ainsi que la façon pour le public de les acquérir. Le faiseur de jeu peut ainsi participer à une communauté (via un forum de discussion) ou réaliser son espace personnel (pour le cas d'Internet) afin de présenter ses concepts. L'acquisition (gratuite ou payante) se fait par l'intermédiaire d'un téléchargement.

Soulignons qu'en France (et plus généralement en Occident) la production amateur est peu structurée et elle n'est pas suivie par un public de fidèles. Cette situation contraste avec le Japon, où elle constitue un genre de jeu vidéo à part entière, nommé « *dōjin games* »[759]. Ce type de programme possède ses adeptes[760]

[756] *Hebdogiciel* pour reprendre ce titre, propose en 1984 un concours qui chaque mois récompense de dix mille francs (1524 euros) le meilleur jeu réalisé par les lecteurs. « Deux supers concours permanents » dans *Hebdogiciel*, n° 20 février 1984, p. 13.
[757] C'est une pratique qui se généralise à la fin des années 1980 et au début de la décennie 1990.
[758] Babillard électronique (*bulletin board system*) : Il s'agit d'un serveur informatique ayant un logiciel qui offre plusieurs services à ses utilisateurs : messagerie (forum de discussion, message privé, courrier électronique, messagerie instantanée), stockage et échange de fichier, lecture d'actualité mais aussi des jeux. Les babillards sont en vogue à la fin des années 1980 et au début des années 1990.
[759] Le terme « *dōjin* » est utilisé au Japon pour se référer aux productions amateurs. Dans un sens plus général, il peut aussi désigner un groupe de personne qui partage des intérêts, une activité ou un but commun. En outre, son emploi n'est pas exclusif aux jeux vidéo.
[760] Ichigo, « Le coin du *doujinshi* » dans *Gamefan*, n° 4, octobre 2004, p. 14 col. 1.

ainsi que des concepteurs regroupés en cercle[761], faisant des jeux[762] aussi bien originaux que basés sur du contenu ou des titres existant[763].

Le matériel et les logiciels utilisés pour créer ses propres jeux

Le matériel principalement utilisé pour la réalisation des jeux amateurs est l'ordinateur et ses différents outils (logiciels). Les titres produits fonctionnent alors sur cette plate-forme. Toutefois, il est aussi possible de réaliser des logiciels pour console, mais par l'intermédiaire d'un ordinateur (généralement de type *PC*) qui sert à programmer le jeu. En raison de l'architecture fermée des consoles et de la relative difficulté à les exploiter sans outils professionnels, seules les machines les plus anciennes[764] ou les plus simples[765] sont concernées. De plus, l'intérêt de faire un jeu amateur sur un tel système est réduit à cause des médias de stockage dont le format est propriétaire (impossible de réaliser ses propres cartouches[766] ou de faire tourner n'importe quel disque optique dans le lecteur d'une console[767]).

Quelques constructeurs de console lancent cependant des kits de développement officiel à destination des amateurs, dans le but de capter ce public, mais aussi pour débusquer des nouveaux talents et de nouveaux concepts de jeu. La première initiative, et la seule de ce genre en France (et en Europe), est à mettre

[761] Le studio ABA games par exemple, exclusivement constitué de son créateur Kenta Cho, est spécialisé dans le genre *shoot'em up*. Cho est un programmeur travaillant dans la recherche informatique qui crée des jeux par plaisir. Il débute ce passe-temps au milieu des années 1980 avec des programmes réalisés en langage *BASIC* et malgré quelques propositions, il refuse de s'engager professionnellement dans le secteur du jeu vidéo. Le choix de se spécialiser dans le *shoot'em up* provient, non seulement de ses goûts personnels, mais aussi parce que c'est un type de jeu simple et rapide à concevoir. Il écrit ses logiciels suivant deux étapes: la première consiste à la création d'un prototype où il se concentre sur la jouabilité, tandis que la seconde est une phase de finalisation du projet. Notons que le premier jeu de ABA games apparaît en 2002 et il se nomme *Noiz2sa*. Chazumaru, « Carnet de route nippon…mais presque » dans *Gamekult.com*, 22 novembre 2004, http://www.gamekult.com/articles/A0000037744

[762] Tous les genres de jeux sont représentés, et on peut également noter la présence d'un grand nombre de titres d'aventure ayant un thème érotique voire pornographique. Ichigo, « Le coin du *doujinshi* » dans *Gamefan*, n° 4, octobre 2004, p. 14 col. 1.

[763] Beaucoup de ces créations amateurs utilisent d'ailleurs des éléments protégés par le droit d'auteur comme de la musique ou des personnages issus d'autres jeux vidéo, de dessins animés, ou de bandes dessinées. Cependant, les ayants-droits japonais ont tendance à laisser faire et à ne pas engager de poursuites judiciaires.

[764] C'est notamment le cas des consoles américaines (*Atari VCS*, *Colecovision*, *Intellivision*) exploitées au début des années 1980. On peut noter également à la fin de notre période d'étude, la *Dreamcast* de Sega qui est utilisée en raison de ses protections (anti-piratage) vulnérables (possibilité d'utiliser des CD gravés) et sa compatibilité avec un système d'exploitation Microsoft.

[765] Telles les consoles portables (*Game Boy*, *Game Boy Advance*).

[766] Sauf exceptions qui demeurent des initiatives peu nombreuses et limitées.

[767] Cependant, il est possible d'outrepasser les protections par la pose d'un composant spécial qui demeure à la limite de la légalité.

au crédit de Sony qui propose, pour ses deux premières consoles, des outils de développement à destination des particuliers[768].

Le kit de développement de la *Playstation* se nomme *Net Yaroze*[769] et il est disponible au Japon en mai 1996[770] et au début de l'année 1997 en Europe. Prenant l'apparence d'une *Playstation* de couleur noire[771], il est fourni[772] avec un câble de liaison pour le relier à un ordinateur (*Windows* ou *MAC*), une carte mémoire faisant fonctionner le tout, et un disque compact qui contient des outils de développement. Sans oublier la documentation pour aider l'utilisateur à tirer parti de son kit. La machine s'utilise, d'autre part, comme une console normale à ceci près qu'il n'y a pas de protection territoriale (elle est donc compatible avec tous les jeux sans restriction). Sony met en place un site Internet consacré au *Net Yaroze* qui offre un suivi, des aides à la programmation, et une communauté d'utilisateurs. En outre, des concours sont organisés[773], et les meilleurs jeux prennent couramment place dans le CD de démonstration offert avec le magazine officiel *Playstation*.

Le kit dispose cependant de quelques restrictions. La taille des jeux est limitée à la capacité mémoire de la console et il n'est pas possible de les faire fonctionner sur une autre *Playstation*[774]. De plus, l'environnement de travail proposé ne dispose pas de toutes les fonctions et autres capacités des outils professionnels. Le *Net Yaroze* n'est pas disponible en magasin mais uniquement par correspondance auprès de Sony Europe. Son prix[775] est fixé à 4750 francs (724 euros)[776]. Cette commercialisation, et surtout le coût de l'appareil, montrent qu'il n'est pas destiné à

---

[768] Notons que Sony n'est pas le premier constructeur à proposer de tels outils de développement puisqu'avant cette compagnie, Nec a proposé un kit pour sa console *PC Engine* (nommé Develo) et il en est de même pour Bandai et sa console portable la *Wonderswan* (l'outil de développement se nommant *WonderWitch*). Ces deux kits de développement n'ont jamais été distribués en France. Voir : http://en.wikipedia.org/wiki/Develo ; http://en.wikipedia.org/wiki/WonderWitch

[769] Voir annexe machines ludiques p. 49.

[770] Seb, « *News Europe* : *Net Yaroze* : la nouvelle console très spéciale de Sony » dans *Joypad*, n° 62, mars 1997, p. 54 col. 1.

[771] *Ibid.* p. 54 col. 2.

[772] *Ibid.* p. 55 col. 1.

[773] Sony Computer Entertainment Europe, « Gagner un kit *Net Yaroze* pour programmer sur *Playstation* », questionnaire *Net Yaroze*, 1998, p. 3 partie 6.

[774] Sauf si Sony décide de les mettre sur un CD de démonstration comme indiqué précédemment.

[775] « *Stop info* » dans *Player One*, n° 72, février 1997, p. 10 col. 1.

[776] En comparaison, un kit de développement professionnel vaut 80 000 francs (12196 euros). « *Playstation* news » dans *Joypad international*, supplément à *Joypad*, n° 40, mars 1995, p. 9 col. 2.

tous les publics mais à une tranche d'utilisateur intéressée par le développement de jeux et possédant déjà quelques notions de programmation[777].

Quant à l'outil de développement amateur pour la *Playstation 2*, il ne se présente pas sous la forme d'une machine dédiée. Il fonctionne sur les consoles du commerce et il se compose[778] d'un DVD comprenant le système d'exploitation (basé sur *Linux*[779]) et les outils de développement, d'un disque dur, d'une carte ethernet[780] pour relier la machine à Internet, d'une souris et d'un clavier. Un adaptateur est aussi compris dans le lot pour brancher la console à un moniteur (plutôt qu'à la télévision). Pour fonctionner[781], il a enfin besoin d'une carte mémoire (servant normalement à sauvegarder les informations relatives aux parties). Les mêmes limitations que le *Net Yaroze* affectent ce kit, à savoir l'impossibilité d'utiliser pour le développement le lecteur de DVD (et donc ce média), et être obligé de faire des applications ayant une taille qui n'excède pas la capacité mémoire de la console. De même, l'installation du système d'exploitation sur le disque dur rend impossible l'installation (sur ce même disque dur) des jeux commerciaux compatibles avec ce périphérique. Enfin, le disque (DVD) du système est protégé et il est par exemple impossible d'utiliser une version japonaise ou américaine sur une console européenne. Le kit est disponible en France (et en Europe) en mai 2002 pour une somme de 249 euros[782].

Sur ordinateur, plusieurs outils sont à la disposition des utilisateurs pour la réalisation d'un jeu amateur, notamment les langages de programmation[783] (*C*, *BASIC*, *Python*, *Assembleur*) ou les logiciels de conception disponible en magasin. Abordons tout d'abord le phénomène des « *mod* », ces modifications ou ces ajouts apportés à des jeux commerciaux. Ils ne concernent exclusivement que les logiciels

[777] Seb, « *News Europe* : *Net Yaroze* : la nouvelle console très spéciale de Sony » dans *Joypad*, n° 62, mars 1997, p. 54 col. 2.
[778] « Incroyable » dans *Joypad*, n° 117, mars 2002, p. 30 col. 3.
[779] Linux est un système d'exploitation gratuit dont le code source est publié, ce qui permet à n'importe quelle entreprise ou programmeur de réaliser son propre système d'exploitation. De ce fait, il n'existe pas qu'un système Linux mais plusieurs que l'on nomme distribution. Ce type de système d'exploitation est incompatible avec les outils pour les environnements *Windows* (de Microsoft) ou *Mac OS* (Apple).
[780] Ethernet est un protocole de transmission de données par paquets utilisé dans les réseaux locaux qui permet d'atteindre différents débits qui peuvent varier selon le support employé. Le mot désigne aussi un réseau qui fonctionne selon ce principe. La carte Ethernet est donc un dispositif servant au raccordement à un tel réseau. Par extension, l'emploi du terme Ethernet induit la possibilité de se connecter à Internet.
[781] http://en.wikipedia.org/wiki/Linux_for_PlayStation_2
[782] « Incroyable » dans *Joypad*, n° 117, mars 2002, p. 30 col. 3.
[783] Brisou (Mathieu), « Initiation : créez votre jeu » dans *Tilt*, n° 68, juillet/août 1989, p. 102 col. 1.

ludiques des ordinateurs. Du point de vue du joueur, pour pouvoir les utiliser et les expérimenter, il faut au préalable posséder les titres concernés. Cette pratique s'est développée sur *PC*, durant les années 1990 mais elle est apparue dès les années 1980. On atteste plusieurs niveaux de modification, allant des corrections des bogues, voire d'une amélioration des graphismes, à une refonte en profondeur du jeu ou de sa jouabilité, en passant par l'ajout d'un contenu ludique non présent à l'origine. Certains titres sont ainsi prévus pour pouvoir être modifiés presque en totalité. Afin de créer ses modifications, les usagers ont à leur disposition plusieurs moyens. Premièrement, ils peuvent confectionner leur propre outil (à l'aide de langage de programmation). C'est le cas par exemple avec le jeu *Doom*[784], qui date de 1993 et dont l'apparition suscite un élan de création, les joueurs se mettant à établir de nouveaux niveaux. Les concepteurs du jeu (ID Software) prennent acte de la tendance, en publiant les spécifications (le code source) du jeu afin de faciliter ces réalisations mais aussi la fabrication d'outils les autorisant. Autre solution, l'utilisation d'un programme, appelé « éditeur », fourni par les développeurs soit directement avec le jeu soit en téléchargement sur Internet. Avec ce genre de logiciel, il est alors possible de changer (selon ses possibilités) plusieurs paramètres, de créer des personnages, des objets ou des décors (niveau, circuit de course). Des titres comme *Morrowind*[785] ou *Neverwinter Nights*[786] disposent d'un tel logiciel respectivement dénommé *The Elder Scrolls Construction Set* et *Aurora toolset*. Précisons que les genres de jeu particulièrement concernés par ces modifications sont les jeux de rôle, les jeux de stratégies en temps réel (STR), et les jeux de tir à la première personne (FPS)[787].

Se rapprochant des logiciels d'édition mais n'étant pas lié à un titre en particulier, il existe des programmes tout spécialement dédiés à la création de jeu. Pouvant cibler uniquement un genre de jeu, ces logiciels ne nécessitent pas de connaissance en programmation et ils sont plus ou moins simples d'accès. L'utilisateur doit tout de même s'accommoder des interfaces graphiques ou du fonctionnement de l'outil. Ils

[784] Ichbiah (Daniel), *Bâtisseurs de rêve : enquête sur le nouvel eldorado des jeux vidéo*, Paris, First Documents, 1997, 430 p. ; p. 266.
[785] Voir annexe jeux p. 160.
[786] *Ibid.* p. 138.
[787] L'une des modifications la plus célèbre se nomme *Counter Strike*, un dérivé du jeu *Half-Life*. Apparu en 1999, ce titre multijoueur se joue en ligne et il est devenu extrêmement populaire, à tel point qu'il a bénéficié d'une sortie commerciale en 2000.

apparaissent sur les ordinateurs 8 bits tel le *C64*, et ils proposent par exemple de réaliser des jeux de flipper (*Pinball construction set*[788]), des *shoot'em up* (*Shoot'em up construction kit*[789]) ou bien encore des jeux de course, d'arcade ou d'action. Les genres les plus représentés sont le jeu de rôle et le jeu d'aventure avec des références comme *Adventure construction set*[790], *Adventure Writer*[791] ou *Graphic adventure creator*[792]. Le *PC* possède aussi son lot de logiciel de construction à l'exemple de *RPG Tsukūru* (également connu sous le nom de *RPG Maker*), une série de titre débutée en 1988[793], réalisé par ASCII puis Enterbrain, et qui offre la possibilité de faire des jeux de rôle à la Japonaise. Si cette gamme populaire de logiciel n'est pas officiellement disponible en France, elle est en revanche utilisée par de nombreux joueurs et amateurs français, regroupés en communauté sur Internet. Ce réseau est le principal moyen de récupérer le logiciel, le plus souvent de manière illégale[794]. De même, il existe des programmes pour faire des jeux de tir à la première personne ou des jeux de combat à l'image de *Fighter Maker*[795] ou de *MUGEN*[796], un gratuiciel réputé (et disponible sur Internet), qui date de 1999.

Ces différents titres apparaissent pour *Tilt* comme des « logiciels de troisième type »[797], réellement interactif où le joueur n'est plus passif mais actif car devenant créateur de son propre jeu. Tous les programmes cités fonctionnent sur un même principe. Prenant en charge le coté technique, ils permettent d'avoir accès à différents paramètres et réglages suivant le genre de jeu désiré et le logiciel utilisé. Le placement des éléments du jeu, l'assemblage des différentes scènes se font au moyen d'interfaces graphiques ou de menus. Ils possèdent des bibliothèques intégrées de sons, d'objets, de personnages, et de décors que l'usager choisit pour

[788] « *Pinball construction set* » dans *Tilt*, n° 8, novembre/décembre 1983, p. 84 col. 1.
[789] E.C, « *Shoot'em up construction kit* » dans *Tilt*, n° 51, février 1988, p. 53 col. 2.
[790] « *SOS aventure* : *Adventure construction set* » dans *Tilt*, n° 24, septembre 1985, p. 119 col. 3.
[791] Harbonn (Jacques), « *Adventure Writer* : histoires d'histoires » dans *Tilt*, n° 22, juin 1985, p. 89 col. 2.
[792] D.S, « *Tilt parade* : *Graphic adventure creator* » dans *Tilt*, n° 36, novembre 1986, p. 54 col. 1.
[793] Le premier épisode de la série pour un système d'exploitation *Windows* date de 1997 avec *RPG Maker 95*. Notons que cet épisode mais aussi le suivant (*RPG Maker 2000*) ne sont pas disponibles officiellement en dehors du Japon, mais des traductions sont réalisées par des fans puis diffusés sur Internet. Le premier épisode officiellement disponible aux Etats-Unis est l'épisode *Playstation* tandis que le *PC* accueille (officiellement) la série en 2005 avec *RPG Maker XP* (titre sorti en 2004 au Japon). http://en.wikipedia.org/wiki/Rpg_Maker
[794] Il existe même des versions françaises des différents logiciels de la gamme. La traduction est faite par des utilisateurs (et non pas de manière officielle par l'éditeur).
[795] http://en.wikipedia.org/wiki/Fighter_Maker
[796] http://en.wikipedia.org/wiki/M.U.G.E.N
[797] Meistermann (Nathalie), Harbonn (Jacques), Hautefeuille (Olivier), « *Dossier* : kit en stock » dans *Tilt*, n° 28, janvier/février 1986, p. 92 col. 1.

construire son jeu. Il est également possible d'importer ses propres éléments, glanés sur Internet ou créés à l'aide d'autres logiciels. De base, certains titres incorporent des jeux faisant alors office d'exemples (de ces possibilités et de ce qui est possible de réaliser). Pour utiliser ses créations et celles des autres, il faut généralement posséder (et donc installer sur son ordinateur) le logiciel de création concerné. Ce genre de programme a un intérêt limité sur console et il prend toute sa dimension sur ordinateur (notamment *PC* et avec Internet), en raison de ses possibilités de création, d'échange et de diffusion.

Conclusion : un essor lié à l'ordinateur personnel

La création de jeux vidéo en amateur est une pratique qui apparaît dès le début des années 1980 avec les premiers ordinateurs de loisir. Son implantation dans le monde des consoles est extrêmement limitée en raison de l'architecture fermée de ce type de machine ludique. De cette manière, elle est davantage associée aux joueurs et aux jeux sur ordinateur. Sa croissance suit l'évolution du matériel informatique, et nous constatons qu'au fur et à mesure de la période étudiée, les moyens de création se simplifient et ils se diversifient. Au début des années 2000, l'utilisateur n'est plus obligé de connaître un langage de programmation de base, pour pouvoir faire ses propres jeux.

Ce mouvement créatif s'insère dans un cadre général et dans le domaine des pratiques artistiques en amateur. Comme nous l'avons vu, ces dernières connaissent, durant notre période d'étude, un développement dans la société, avec une diversification de leur forme, et une diffusion dans toutes les couches de la population[798]. Dans le cadre des jeux vidéo, nous pensons que ce mouvement préfigure (en raison de son apparition précoce), puis il accompagne les nouveaux genres de productions apparus avec les ordinateurs et Internet. Ainsi, il prend place aux côtés d'activités numériques comme la création de vidéo, de musique, de dessins (via des logiciels, la palette graphique), ou de blogs littéraires. Précisons que ces nouvelles pratiques séduisent en priorité un public jeune, et qu'elles ne sont qu'à leur balbutiement durant la période que nous étudions.

[798] Voir p. 30.

2) Physionomie des jeux vidéo

a) Caractéristiques

Avec ce paragraphe, nous allons décrypter les jeux vidéo, en analysant et en expliquant d'un point de vue général et ludique leurs attributs, leurs originalités, et leurs fonctionnements. Pour commencer, précisons que l'évocation du mot jeu vidéo renvoie communément, et fait penser en premier lieu au logiciel ludique[799]. Le joueur est susceptible de l'appréhender à la fois physiquement, et d'une manière immatérielle à travers l'écran.

L'objet jeu vidéo

L'objet jeu vidéo se compose de plusieurs pièces qui évoluent pour certaines suivant les époques et les technologies employées. La boîte d'un jeu fait partie intégrante de son identité, et elle est le premier contact (physique) que le joueur possède avec le titre désiré. Nous constatons qu'il n'existe pas d'emballage propre à cette industrie ou standard à l'ensemble des titres. Les boites et le format physique des jeux diffèrent selon la génération de machine, les systèmes ludiques, mais aussi et surtout, selon le média utilisé. Durant notre période d'étude, cinq supports[800] sont essentiellement employés, et pour chacun d'eux, correspond un type particulier d'emballage. Cependant, ces derniers ne sont pas originaux, car ils reprennent, pour la plupart, des boîtiers utilisés dans les secteurs musicaux, informatiques, et cinématographiques[801]. Par ailleurs, on remarque à la fin de notre période d'étude, une tendance à l'uniformisation, en raison de l'utilisation sur toutes les machines de

[799] Il peut également évoquer, de manière plus implicite, les machines de jeu (les consoles, les bornes d'arcade, voire parfois l'ordinateur).
[800] Il s'agit de la cartouche, la cassette, la disquette et de deux formats de disque laser (CD et DVD).
[801] Ainsi, nous pouvons y voir, non seulement le coté multimédia des jeux vidéo, mais aussi d'une certaine façon leur intégration aux autres industries de divertissement. Globalement et sauf exceptions (comme les consoles portables par exemple), les jeux sur cassette ou compact disque ont un boîtier identique aux cassettes et CD musicaux. Les jeux sur disquette pour les ordinateurs adoptent des boites en carton de grande taille qui sont aussi utilisées jusqu'au milieu des années 1990 pour les programmes informatiques. Notons que cela leur procure une certaine allure de boîtes de jeu de société, sans compter qu'elles renferment souvent divers documents (notice, carte, poster, livrets, illustrations). Les cartouches de jeux des consoles 8 bits japonaises ressemblent à des boîtiers de cassettes vidéo. Enfin, l'écrin DVD des jeux vidéo est conforme à ceux des films.

jeu, du disque DVD[802]. Les boites et le format physique des programmes ludiques constituent l'enveloppe charnelle des jeux vidéo qui sont des entités virtuelles et immatérielles. Ils sont des objets historiques, voire pour certains archéologiques, qui témoignent des différentes époques de ce loisir, mais aussi dans un certain sens de l'état des technologies issues de l'informatique utilisées dans nos sociétés. En outre, ils deviennent également des articles de collection pour les joueurs.

Les bases d'un jeu vidéo

Dans les jeux vidéo, l'interaction et l'implication du joueur sont deux choses essentielles. Celui-ci doit se sentir à la fois spectateur et acteur de l'action qui se déroule à l'écran. Lorsqu'un jeu n'implique pas assez l'individu, les différents commentateurs (presse, joueurs) en font systématiquement le reproche[803]. Entraînant ses utilisateurs dans des arcanes où ils doivent s'impliquer afin de triompher des épreuves proposées[804], ce loisir numérique tourne globalement, suivant les logiciels, autour de formules faites de pertes et de récompenses, ou d'accumulation et de gestion[805]. Comme tout jeu, ils disposent de règles crées par les concepteurs ou reprenant celles, dans le cadre d'une adaptation, d'un jeu existant (football, Monopoly, échec). Le respect de ces dernières est du ressort de la machine qui gère l'univers du jeu[806], et si le joueur réalise une action qu'elle considère comme non conforme, alors il est sanctionné (perte d'une vie par exemple). Dans une grande partie des jeux, l'habilité et les réflexes[807] sont les critères qui permettent à la fois de se confronter aux contraintes du logiciel mais aussi de vérifier la conformité aux règlements. Notons que l'utilisateur a la possibilité

[802] Pour le consommateur, la différence se fait alors à la fois avec la jaquette mais aussi les bordures des boîtiers dont la couleur est différente suivant la machine et la marque. Bleu pour la *PS2*, vert pour la *Xbox*, et noir pour la *Gamecube* et les jeux *PC*.
[803] C'est le cas par exemple pour les jeux de type « film interactif » comme *Dragon's Lair* ou *Mad Dog Mccree*. Ces programmes se composent de différentes séquences (filmées, dessins animés), et ils requièrent à certains moments précis de l'action, l'intervention de l'utilisateur (appuyer sur tel ou tel bouton au bon moment). Sa réussite est alors sanctionnée par la poursuite des scènes et de l'histoire. Notons que cette critique n'empêche pas la reconnaissance de la réalisation et parfois des prouesses techniques de ces jeux (notamment en terme de compression des données et de place occupée sur le média de stockage. Voir annexe jeux p. 117 et p. 134.
[804] Ichbiah (Daniel), *Bâtisseurs de rêve : enquête sur le nouvel eldorado des jeux vidéo*, Paris, First Documents, 1997, 430 p. ; p. 383.
[805] C'est surtout le cas pour tout ce qui est jeux de stratégie ou de gestion.
[806] Natkin (Stéphane), *Jeux vidéo et médias du XXIe siècle : Quels modèles pour les nouveaux loisirs numériques ?*, Paris, Vuibert, 2004, 144 p. ; p. 6.
[807] Roustan (Mélanie, sous la direction de), *La pratique du jeu vidéo : réalité ou virtualité ?*, L'Harmattan, 2003, 224 p. ; p. 105.

dans certains programmes d'avoir recours à des astuces[808] pour faciliter sa progression et contourner certaines règles du logiciel.

Jusqu'au milieu des années 1990 et l'apparition des consoles 32 bits, les jeux sont globalement assez difficiles, surtout dans les genres de type plate-forme, action, voire combat. La difficulté peut se vérifier par la faible résistance des avatars du joueur face aux pièges rencontrés[809], la fréquence des combats, les points de vie des ennemis, ou bien encore leur ténacité à s'opposer à l'utilisateur. En outre, l'absence de système de sauvegarde, dans une grande majorité des programmes, oblige le joueur à reprendre la partie depuis le départ, après chaque échec ou chaque démarrage du jeu. Il doit donc refaire les niveaux déjà effectués pour retrouver sa dernière position et avancer. Dans les jeux où il est possible de sauvegarder sa progression, cette option n'est généralement autorisée qu'à des moments précis de la partie[810]. Enfin, après avoir échoué, le joueur dispose d'un nombre limitée d'essais[811], lui permettant de reprendre son aventure, soit dans un endroit du niveau où il a sombré, soit au début de celui-ci. Une fois son stock de tentative épuisé, l'échec est définitif, et il doit redémarrer depuis le début du jeu, ou au dernier point de sauvegarde.

D'un point de vue général, une multitude de jeux, datée des années 1980 à la première moitié des années 1990, fonctionne selon un apprentissage par l'échec. Les joueurs sont amenés, de par leurs ratés, à connaître de mieux en mieux les niveaux, les pièges, et les réactions des ennemis. Toutefois, à partir de la génération 32 bits, les jeux deviennent, au fur et à mesure, moins difficiles et beaucoup plus accessibles, offrant des possibilités et une chance plus grande d'être terminés. A la

[808] Les astuces, aussi appelées « *tips* » ou « *cheat code* » possèdent plusieurs formes telles des codes (combinaisons de touche à réaliser avec la manette, de caractère ou des phrases) à entrer soit au début du jeu (écran titre, générique) soit durant la partie. Elles peuvent être aussi un chemin, un niveau caché, une manière d'utiliser les mécanismes de jeu en sa faveur, ou bien encore une exploitation des bogues de programmation. Hormis les bogues, la plupart des astuces sont prévues par les concepteurs.

[809] Généralement après avoir été touché une ou deux fois par un ennemi ou un projectile, le joueur perd une vie ce qui signifie son échec. Cela peut aussi intervenir lorsque sa barre de vie (symbolisée parfois par des cœurs) devient complètement vide.

[810] Par exemple, un logiciel comme *Dragon Quest* autorise la sauvegarde uniquement dans les églises des villages, tandis que dans la série *Final Fantasy*, elles ne sont possibles qu'à l'extérieur des villages et des donjons (sauf exception). Notons que dans les jeux où la sauvegarde s'effectue au moyen d'un code (chiffres ou lettre), cette dernière n'est disponible qu'entre les différents niveaux du jeu, et de ce fait, les joueurs n'ont pas le choix de l'utiliser lorsqu'ils le désirent.

[811] Il faut noter que certains titres offrent un nombre illimité de tentatives.

difficulté générale en baisse[812], il faut ajouter une généralisation des sauvegardes en fin de niveau, ou la grande propension de « continus infinis »[813]. De même, on note l'apparition de niveaux de difficultés intermédiaires comme « très facile », « très difficile » ainsi que des termes particulièrement pompeux désignant un niveau de difficulté extrême.

Des transformations surtout visuelles

Tout au long de notre période d'étude, les jeux vidéo évoluent, mutent et se transforment. Le changement le plus significatif est d'ordre visuel. Il concerne l'image délivrée par les logiciels ludiques, qui offrent en corrélation avec les progrès techniques, toujours plus de détails et de fluidité dans leur animation. Signalons qu'à la fin des années 1990 et au début des années 2000, il y a une certaine tendance au réalisme. Les concepteurs cherchent à reproduire visuellement et virtuellement la réalité, au lieu de s'en affranchir pour créer des mondes plutôt imaginaires (ce qui n'est pas incompatible avec la réalisation d'univers fantastiques).

Nous pouvons nous demander si ce désir de recréer d'un point de vue informatique la réalité n'est pas une caractéristique de la société de la fin du 20e siècle et du début du 21e siècle. Nous l'observons dans les jeux d'action (notamment ayant pour thème la guerre), de sports, ou de rôle, mais aussi dans certains jeux en ligne. Pour expliquer cette inclination, nous pouvons émettre l'hypothèse qu'il s'agit d'un moyen de rassurer, et d'amener les utilisateurs dans des mondes qui leur sont inconnus. En outre, et plus par rapport aux attentes des joueurs, la reproduction de la réalité est une façon de les séduire, de les attirer, et de susciter un intérêt pour le programme ludique (implicitement les graphismes réalistes sont avancés comme un argument de la qualité du jeu).

[812] Dans les jeux de rôle (notamment d'origine japonaise), cela peut se traduire, par exemple, par une quête principale abordable pour le joueur, tandis que les quêtes annexes optionnelles (recherche d'objets ou de monstres rares) sont d'un niveau de difficulté bien plus important.
[813] Avec des continus infinis, le joueur peut recommencer autant de fois qu'il le souhaite le niveau qui pose problème. Il n'est pas contraint après un certain nombre d'essais, de recommencer le jeu depuis le début.

De plus, il faut ajouter l'arrivée des jeux en trois dimensions, aux côtés des jeux en deux dimensions[814]. La vue du jeu évolue aussi avec les différentes manières de placer les angles de vision (caméra). Ainsi, les jeux peuvent être de profil (avec ou sans défilement du décor), vus de haut ou de trois quarts[815], adopter une vue à la troisième personne[816], ou une vue subjective. C'est également, sur ordinateur, le passage d'une fenêtre de jeu plus ou moins grande (sur ordinateur 8 bits et 16 bits) au plein écran comme sur les consoles.

En outre, certains programmes incluent des cinématiques en dessins animés, puis en images de synthèse entre les phases de jeux ; une tendance qui se démocratise au milieu des années 1990, notamment avec la *Playstation*[817]. Le but de ces intégrations change au fur et à mesure des époques[818]. Ainsi, les cinématiques sont, au début des années 1990, une surprise pour le joueur, puis elles deviennent sur les machines 32 bits (moitié de la décennie 1990) un moyen d'accentuer un point précis du jeu et de son scénario. Au début du 21e siècle, elles sont un accompagnement essentiel au jeu, et une pause dans la partie jouée par l'utilisateur.

Les différentes phases d'un jeu

Un jeu vidéo peut se découper en trois parties, à savoir une introduction, des séquences de jeux, et une fin. A l'époque de la domination d'Atari avec sa *VCS* et des premiers ordinateurs 8 bits, l'introduction se compose uniquement d'un écran titre, précédé ou non de quelques noms des concepteurs. Un générique est par la suite ajouté, dont la fonction, notamment en arcade, est d'attirer les joueurs, mais aussi de présenter succinctement le titre, son histoire et ses personnages. L'écran titre est, pour sa part, le siège des premières options offertes par le programme. Suivant la nature du jeu, différentes possibilités sont proposées aux joueurs comme

[814] Le jeu vidéo connaît également le passage du noir et blanc à la couleur. Toutefois, c'est une évolution qui n'est pas aussi caractéristiques que pour la télévision par exemple. Les images couleurs parviennent rapidement dans le monde des jeux vidéo (dès la première génération de machines ludiques), et surtout elles sont déjà démocratisées dans la société (avec le cinéma et la télévision).
[815] Egalement appelé troisième dimension isométrique (ou 3D isométrique). Voir lexique p. 11.
[816] Le joueur voit son personnage évoluer de dos dans des environnements en trois dimensions.
[817] Notons que les images de synthèse sont également mises à la mode par le cinéma qui les utilise aussi. C'est notamment le cas dans les films *Terminator 2* sorti en 1991, et *Jurassik Park* qui date de 1993.
[818] Kakizaki (Shundo), « Les jeux récents sont chiants » dans *Gamekult.com*, 17 décembre 2003, http://www.gamekult.com/articles/A0000028863

le début de l'aventure, le jeu à deux (ou à plusieurs)[819], la poursuite de sa partie, des matchs ou des courses d'exhibitions sans enjeux, ou bien encore un mode entraînement. Systématiquement, se trouve une rubrique « option » où il est possible de régler des paramètres élémentaires du logiciel[820].

En ce qui concerne les séquences de jeux, il s'agit de la partie dévolue à l'utilisateur et jouée par ce dernier. Les premiers jeux vidéo proposent, à l'image des jeux électroniques de type *Game and Wach*, des parties constituées des mêmes tableaux et des mêmes écrans (à peu de chose près). La difficulté et la vitesse s'accroissent au fur et à mesure de la progression du joueur. Le principal but est alors de réaliser le meilleur score possible. Ces jeux « à score » laissent progressivement place à des programmes plus complexes, qui disposent de différents environnements. De même, des enjeux, dramatiques mais basiques, apparaissent[821]. Ainsi, à travers le jeu, il y a une volonté de la part des concepteurs, des auteurs, de raconter une histoire au joueur. C'est à ce dernier que revient la charge de la dérouler et de la mettre en place, par ses actions, au cours de la partie.

Les différents niveaux d'un jeu permettent de donner l'impression aux joueurs d'avancer dans un univers, de le parcourir et de le découvrir. Ils sont constitués généralement de pièges et d'ennemis à abattre, mais aussi d'objets dissimulés ou non[822], favorisant la progression. Dans un jeu d'aventure, les changements de régions ou de donjons peuvent symboliser le passage d'un niveau à un autre. Ils s'accompagnent d'un nouveau bestiaire ennemi, de nouveaux villages à visiter et de nouvelles quêtes (en plus de la quête principale). Soulignons que dans les jeux où il est possible de revenir sur ses pas, les ennemis battus réapparaissent (sauf exception et monstre de fin de niveau[823]). A la fin du niveau ou d'un ensemble de

[819] Quand cela est possible.
[820] Comme le volume du son, les couleurs des menus, la vitesse des textes à l'écran ou la difficulté du jeu. Il faut garder à l'esprit que ces options ne sont pas standards, même si certaines se retrouvent d'un jeu à l'autre.
[821] Les objectifs sont, par exemple, de retrouver ou délivrer une personne, résoudre un problème ou éradiquer une menace pesant sur le monde.
[822] Dans une grande majorité des jeux, les objets sont dissimulés dans une caisse ou un bloc (un coffre au trésor aussi dans les jeux de rôle). Ces éléments deviennent de véritables conventions qui indiquent au joueur qu'en allant les inspecter, les détruire, ou les ouvrir, il peut récupérer des objets qui lui sont destinés. Dr. Woof, « La caisse, cette inerte inconnue » dans *Overgame.com*, 14 juin 2005.
[823] Globalement, dans un jeu vidéo, la mort n'est jamais définitive sauf si elle est prévue par les concepteurs et le scénario du jeu. Le joueur, après une « défaite » a toujours la possibilité de redémarrer soit à la dernière sauvegarde, soit au début du niveau où il a échoué, ou depuis l'écran titre et donc le début du jeu. A noter que

niveaux, le joueur rencontre un ennemi important, désigné sous le terme de « chef » (plus connu sous le nom de « *boss* »). Ce dernier est le point culminant du niveau[824]. Il s'agit d'un ennemi plus fort que la normale, parfois d'une grandeur impressionnante, qui une fois vaincu, permet de passer à l'étape suivante. Il peut également donner des récompenses utiles pour la suite de l'aventure.

Les personnages mis en scène par les jeux vidéo sont souvent à la croisée de la culture américaine (*comic*, SF) et japonaise (*manga*, animation japonaise)[825]. Cette donnée peut s'expliquer, tout d'abord, par le fait qu'une grande majorité de la production de jeu provient d'entreprises américaines et japonaises. Ensuite, par une volonté des développeurs et des éditeurs de voir leur titre sortir sur le marché américain, l'un des plus importants de l'industrie[826]. Enfin, parce que les concepteurs sont influencés par la culture et les industries de loisirs (musique, cinéma, télévision, bande dessinée, jeux vidéo) de ces deux pays.

Si n'importe quoi ou n'importe qui[827] peut faire office de héros (de l'extra-terrestre à l'humain, en passant par un objet ou un animal), on note tout de même une propension de personnage mâle, avec des traits occidentaux[828] (y compris dans les productions japonaises). Néanmoins, certains genres (de jeux) sont plus à même de présenter et de mettre en scène des personnages d'origines différentes. C'est le cas dans la plupart des jeux de combat qui regroupent une grande diversité de combattants, aussi bien du point de vue ethnique (caucasien, africain, asiatique), que des pays représentés. En outre, il apparaît que les héros des jeux sont tous hétérosexuels. Les concepteurs ne laissent jamais planer le doute sur leur orientation sexuelle. De même, la gamme des émotions des personnages principaux est restreinte, et leurs motivations sont assez primaires. Généralement, ils sont animés par un sentiment de justice, un désir de vengeance, le patriotisme, l'honneur ou le sens du devoir, ou le goût de la compétition.

---

l'univers ludique (dont les pièges et les ennemis) se recrée à l'identique à chaque redémarrage de l'ordinateur ou de la console (sauf exception et poursuite du jeu).

[824] Dr. Woof, « La révolte des héros » dans *Overgame.com*, 27 juin 2005.

[825] Herz (J.C), *Joystick Nation*, Little, Brown and Compagny, 1997, 244 p. ; p. 161.

[826] Pour ce faire, ils doivent donc adapter un minimum le jeu, son genre, et ses personnages aux goûts des joueurs américains.

[827] Delcourt (Guy), « *Actuel* : profession : héros » dans *Tilt*, n° 11, avril 1984, p. 15 col. 1.

[828] Delune (Emmanuel), « Jeux vidéo et stéréotypes » dans *Gamekult.com*, 28 juin 2005, http://www.gamekult.com/articles/A0000042052

Pour les personnages féminins jouables (ou tenant des rôles prépondérants), il faut également se tourner vers les jeux de combat pour en trouver un certain nombre[829]. En dehors de ce genre, les personnages féminins principaux sont rares. On peut néanmoins en trouver dans des jeux de rôles, ou bien dans certains jeux d'action comme *Tomb Raider*[830] et son héroïne Lara Croft. Remarquons, enfin, que le joueur ne fait aucune discrimination ou de distinction de sexe ou de race lorsqu'il est amené à choisir son personnage[831]. Le choix est déterminé avant tout par ses caractéristiques (et l'affinité du joueur avec ces dernières) ou son apparence (parfois les deux).

La fin d'un jeu conclut, quant à elle, le périple du joueur et elle sanctionne sa réussite. Présentant le dénouement du titre, mais aussi (selon le jeu) des événements se passant après l'aventure, elle se constitue, soit de quelques écrans fixes avec des textes, soit de scènes animées (avec le moteur du jeu et/ou en images de synthèse). Un générique de fin avec les noms des développeurs vient ensuite conclure l'ensemble. Certains titres, comme les jeux d'aventure ou de rôle, peuvent avoir des fins multiples. C'est-à-dire qu'en fonction des actions du joueur durant la partie, les scènes finales peuvent être différentes[832]. Il faut noter qu'une hiérarchie s'établit entre ces fins puisque certaines sont considérées comme meilleures que d'autres[833]. Comme il n'est pas toujours évident pour l'utilisateur, d'obtenir la bonne fin lors de sa partie[834], il est amené (voire encouragé) à recommencer le jeu depuis le début pour effectuer les actions requises afin de pouvoir la voir. L'intégration de fins multiples permet ainsi d'allonger la durée de vie du titre. En outre, arriver au bout du jeu peut être synonyme de récompenses, avec

[829] Les plus marquantes pour les joueurs et dans ce genre de jeux sont Chun-Li de *Street Fighter II* ou bien encore Mai Shiranui de *Fatal Fury*.
[830] Voir annexe jeux p. 162.
[831] Herz (J.C), *Joystick Nation*, Little, Brown and Compagny, 1997, 244 p. ; p. 166.
[832] Les différences peuvent être plus ou moins importantes. Cela va d'une simple scène qui change ou qui s'intercale à l'ensemble de la séquence de fin à une variation notable du dénouement.
[833] La meilleure fin est bien entendue celle qui est la plus difficile à obtenir.
[834] Kakizaki (Shundo), « Les jeux récents sont chiants » dans *Gamekult.com*, 17 décembre 2003, http://www.gamekult.com/articles/A0000028863

le déblocage de nouveaux modes de jeu[835], de nouveaux niveaux, endroits à visiter ou de nouveaux personnages jouables.

Les critiques des joueurs sur l'évolution des jeux vidéo

L'évolution des jeux vidéo n'est pas exempte de reproches de la part des joueurs, de la presse ou même des concepteurs. Une des remontrances qui revient le plus souvent, et presque à chaque génération de machine, concerne les progrès techniques. Nombreuses sont les voix à pointer la trop grande attention des développeurs sur les aspects techniques des jeux[836], au détriment d'autres éléments. Les logiciels évoluent principalement dans un sens visuel, en devenant toujours plus beaux, détaillés, colorés et réalistes. Ils apparaissent alors comme simplement des versions améliorées de ce qui se faisait auparavant, et ils peuvent donner l'impression que le secteur connaît une crise de créativité[837]. C'est pourquoi on note un désir, à chaque nouvelle génération de machine, de voir de véritables nouveautés dans les mécanismes ludiques, des jeux beaucoup plus artistiques, moins centrés sur des émotions primaires (violence), et avec des personnages moins stéréotypés, capable d'exprimer des sentiments. De même, dans une interview publiée en février 1990[838], Philippe Ulrich pense que ce qui manque aux jeux vidéo se sont des scénarios[839].

La généralisation des jeux en trois dimensions, du support optique et des images de synthèse est aussi matière à controverse. Les blâmes se concentrent, tout d'abord, vers l'utilisation de la capacité de stockage du media. Avec un compact disque ou un disque DVD, les concepteurs disposent d'un espace conséquent pour sauvegarder les données du jeu. Cependant, plutôt que de se concentrer sur les éléments ludiques et leur amélioration, ils en profitent, surtout à l'époque de la

[835] Dans certains titres, par exemple, les concepteurs proposent au joueur de reprendre le jeu du début mais en conservant ses attributs ou son équipement acquis lors de sa partie précédente. La difficulté peut être ou non plus importante. Cette option est généralement connue sous le nom de « nouvelle partie plus » (« *new game plus* »).
[836] Charreyron (Veronique), « *Tilt journal* : Chris Crowford : le gourou du jeu » dans *Tilt*, n° 30, avril 1986, p. 12 col. 3.
[837] Le Diberder (Alain et Frédéric), *L'univers des jeux vidéo*, Paris, La découverte, 1998, 274 p. ; p. 42.
[838] Desangles (Michel), « *Le grand zoo* : J.P. Ulrich » dans *Joystick*, n° 2, février 1990, p. 47 col. 3.
[839] Dans de nombreux titres, le scénario n'est que prétexte au jeu, et il est souvent simpliste et pas très original. A l'exception des jeux de rôle et d'aventure où l'histoire, plus conséquente, tient une place centrale. Cependant, même dans ces genres, les synopsis finissent par se ressembler d'un programme à l'autre.

Playstation et de la *Saturn*, pour remplir les médias d'images de synthèse[840] (et de données relatives aux graphismes du jeu). A l'excès, certains logiciels[841] finissent par ressembler à une succession de scènes cinématiques, entrecoupées de phases de jeu. Le joueur peut ressentir alors la sensation de ne pas être libre, et d'être constamment pris en main et dirigé par la machine. C'est pourquoi on note quelques commentaires nostalgiques (essentiellement sur des forums de discussion) louant des supports comme la cartouche ou même la disquette. Les restrictions techniques (en terme de place) permettant, selon eux, aux concepteurs de se concentrer sur l'essentiel, à savoir le cœur du jeu et sa jouabilité.

D'autre part, avec l'utilisation croissante d'images en trois dimensions (à partir des années 1990), il y a une raréfaction progressive des jeux réalisés en deux dimensions[842]. Outre cette tendance, ne faisant pas l'unanimité chez les joueurs, les concepteurs ont alors la volonté de réaliser des titres à la représentation réaliste et avec une mise en scène cinématographique. Toutefois, pour des raisons techniques (notamment sur les premiers titres en trois dimensions), le résultat n'est pas toujours convaincant.

Illustration 2.33: Scène de *Final Fantasy VIII* (*Playstation*, 1999)



[840] Le Diberder (Alain et Frédéric), *L'univers des jeux vidéo*, Paris, La découverte, 1998, 274 p. ; p. 42.
[841] Le jeu *Final Fantasy X* sur *Playstation 2* est souvent cité comme une « référence » pour illustrer ce problème et cette critique.
[842] Principalement sur les consoles de salon et les ordinateurs. Les consoles portables sont, par contre, le « refuge » des jeux en deux dimensions, à la fin de notre période d'étude.

Illustration 2.34: Scène de *Final Fantasy VI* (*Super Nintendo*, 1994)

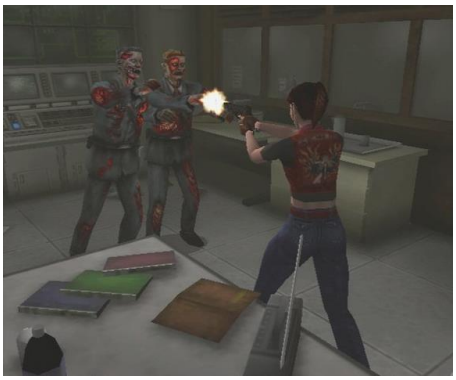


Les personnages peuvent apparaître comme des pantins sans âme, donnant un côté ridicule aux différences scènes (Illustration 1.32). Les jeux en deux dimensions sont beaucoup moins sensibles au problème parce que leur mise en scène est schématique (Illustration 1.33). Elle fait appel, pour une large part, à l'imagination du joueur.

Illustration 2.35: Exemples de jeux en deux dimensions : *Super Mario Bros* (*NES*, 1985), *Super Mario Bros 3* (*NES*, 1988), *Super Mario World* (*Super Nintendo*, 1990), *Phantasy Star IV* (*Megadrive*, 1993), *Final Fantasy VI* (*Super Nintendo*, 1994), *Arc the Lad* (*Playstation*, 1995)

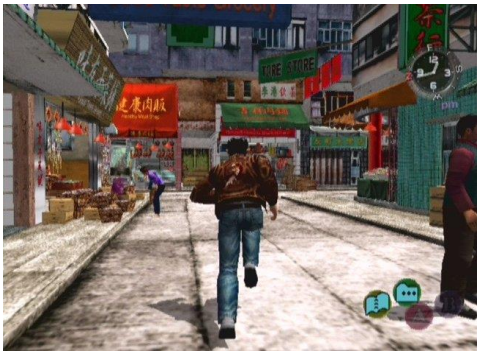


Illustration 2.36: Exemples de jeux en trois dimensions : *Bio Hazard* (*Playstation*, 1996), *Bio Hazard : Code Veronica* (*Dreamcast*, 2000), *Virtua Fighter* (*Saturn*, 1994), *Virtua Fighter 2* (*Saturn*, 1995), *GTA 3* (*Playstation 2*, 2001), *Shenmue* (*Dreamcast*, 1999), *The Elder Scrolls V : Skyrim* (*Playstation 3*, 2011), *Street Fighter IV* (*Playstation 3*, 2009)







De même, les jeux en trois dimensions sont beaucoup plus affectés par les effets du temps que les jeux en deux dimensions (illustration 1.34 et illustration 1.35). Leur côté technique se démode plus facilement et il apparaît alors comme dépassé vis-à-vis des nouveaux jeux (de génération équivalente ou supérieure). Nous relevons aussi des arguments allant dans le sens d'une meilleure jouabilité (mieux pensé, plus efficace) pour les titres réalisés en deux dimensions, mais aussi d'une plus grande durée de vie. Si ce dernier point dépend de plusieurs facteurs comme le genre du jeu, et s'il ne faut pas généraliser à l'ensemble de la production, il est néanmoins probant qu'il y a une tendance à la diminution de la durée des jeux avec le passage à la troisième dimension. Ceci provient notamment, comme nous l'avons indiqué, d'une difficulté moins importante mais aussi du coût de réalisation des jeux[843].

Conclusion : Des évolutions surtout de forme

A la fois objet physique et programme informatique, le jeu vidéo s'apparente à un jeu de société ou multimédia, considéré parfois comme un jouet, pouvant se pratiquer seul ou à plusieurs. Il se destine aussi bien à un public d'enfants et d'adolescents qu'à de jeunes adultes[844]. Son évolution est constante puisqu'au fur et à mesure des progrès techniques, et du développement de la puissance des systèmes ludiques, il change de visage. C'est surtout visuellement qu'il se transforme, devenant toujours plus impressionnant. Les mondes numériques, qu'ils soient en deux dimensions ou en trois dimensions, ne cessent de grandir, de se diversifier, et de devenir toujours plus réaliste. Toutefois, en dehors des critères techniques (graphismes, jeux en trois dimensions), il n'y a pas de grandes métamorphoses ou de bouleversements dans le cœur des jeux, leurs mécanismes, ou dans la manière de les appréhender.

[843] Les jeux coûtent plus chers à produire en raison des besoins supérieurs en ressources (informatique) et en hommes.
[844] Nous analyserons plus en détail le public s'adonnant aux jeux vidéo dans la partie consacrée aux joueurs. Voir p. 403.

b) Les thèmes rencontrés dans les jeux vidéo

Le jeu vidéo se compose de plusieurs catégories, par l'intermédiaire desquelles, il traite d'une multitude de thèmes. N'importe quelle matière, événement ou récit peut potentiellement servir de base ou de thématique à l'univers d'un jeu. Il y a ainsi une diversité importante des sujets abordés qui sont susceptibles de revenir d'un programme ludique à l'autre. En outre, certains sont utilisés de manière plus ou moins récurrente avec un type de jeu en particulier, et le succès commercial d'un titre peut également donner une impulsion à un thème et le rendre populaire auprès des éditeurs et des joueurs. Ajoutons qu'il est difficile de quantifier avec précision les thématiques utilisées dans le jeu vidéo car les données sur la question sont peu nombreuses (et incomplètes)[845]. D'autre part, nous accorderons une plus grande attention à certains thèmes comme la guerre ou l'histoire, dans le cadre d'autres chapitres de la thèse.

Thème historique et archéologique

Parmi les tendances qui se dégagent de nos observations, nous avons tout d'abord noté des jeux ayant des sujets historiques[846], comme mentionné ci-dessus. Toutes les périodes de l'histoire sont représentées même si l'époque contemporaine prédomine. Science auxiliaire de l'histoire, l'archéologie est une discipline utilisée, dans quelques jeux d'action pour légitimer la quête du joueur et son aventure. Parmi les titres ludiques qui exploitent ce sujet, nous pouvons citer *Xeres*[847], *Rick Dangerous*[848], ou bien encore *Tomb Raider* qui met en scène sa célèbre héroïne Lara Croft[849]. Les titres se déroulant dans le cadre d'une guerre[850] sont aussi

[845] Durant la période étudiée, ce sujet semble globalement assez marginalisé, contrairement, par exemple, aux genres de jeux vidéo qui disposent d'un peu plus d'attention. De cette manière, nous avons trouvé très peu d'analyses orientées sur les thèmes des jeux, et surtout celles-ci couvrent plutôt des domaines spécifiques comme l'histoire ou le cinéma, que nous utilisons dans des paragraphes dédiés. En outre, elles se portent plus volontiers sur la fin de notre période d'étude (fin des années 1990, début 2000).
[846] Voir p. 229.
[847] *Xeres* est un jeu réalisé en 1984 par la société française Sprite, sur l'ordinateur *Laser 200*. Le joueur, qui évolue dans un labyrinthe en trois dimensions, a pour but de retrouver la statue d'or de Xeres. « *Tubes* : *Xeres* » dans ***Tilt***, n° 15, septembre 1984, p. 43 col. 3.
[848] *Rick Dangerous* est un jeu de plate-forme mettant en scène un archéologue parti en 1945, à la recherche d'une tribu oubliée d'Amazonie. Voir annexe jeux p. 146.
[849] Dans le premier volet de cette franchise, l'intrigue débute lorsque Lara Croft se rend au Pérou pour y chercher une mystérieuse et ancienne relique. Voir annexe jeux p. 162.

nombreux, particulièrement à la fin du 20e siècle et au début du 21e siècle sur ordinateur *PC*. Là encore, si des logiciels proposent aux joueurs de vivre des guerres antiques, médiévales ou napoléoniennes, une majorité de programmes se concentre sur les conflits contemporains, telle la Seconde Guerre mondiale. Il y a également une exploitation de la Guerre Froide ou bien encore de la Première guerre du Golf, avec par exemple le jeu *Desert Strike : Return to the Gulf*[851].

Les religions

La religion est un sujet apparaissant dans quelques jeux mais, bien souvent, ce n'est pas un thème central du programme, et il n'y a aucune intention de faire du prosélytisme[852]. Traitée de manière implicite, ou diluée au cœur du titre, la religion se matérialise la plupart du temps à travers les décors (signes religieux, lieux de culte), mais aussi par l'intermédiaire de personnages jouables ou non (homme d'Eglise, moine, adepte). Les plus représentées sont les religions antiques grecque ou romaine (couplées à la mythologie), le Christianisme, ainsi que les doctrines asiatiques (bouddhisme, shintoïsme). Des cultes inventés et autres divinités de fiction, se basant ou non sur des croyances existantes, sont également monnaie courante. Quelques jeux exploitent en outre ce thème de manière fantaisiste à l'image de *Baal*[853] ou de *Pegasus*[854]. Le jeu *Populous*[855], pour sa part, permet au joueur de tenir le rôle d'un dieu ayant la destiné d'un peuple entre ses mains. Son but est de le faire prospérer, mais aussi de vaincre un peuple adverse, adorateurs

---

[850] Nous consacrons une partie sur les jeux de guerre. Voir p. 681.
[851] Voir annexe jeux p. 114.
[852] Toutefois, il existe des jeux dont le thème principal est la religion. Ils sont destinés à la fois à un public de croyant mais aussi aux enfants, afin de leur faire découvrir le culte, en mettant en scène un épisode religieux. Ils sont réalisés par des entreprises spécialisées et ils concernent durant notre période d'étude, principalement la religion chrétienne. Le premier jeu du genre est à mettre au crédit d'un éditeur du nom de Sparrow Records. Le titre se nomme *Music Machine* et il sort sur *Atari VCS* en 1983. D'autre part, un éditeur américain dénommé Wisdom Tree s'est rendu célèbre pour avoir développé ce genre de jeu, sur les consoles Nintendo (*Nes* et *Super Nintendo*) et Sega (*Megadrive*) et ce, sans avoir la licence (et donc l'autorisation) du constructeur. Le premier logiciel (*Bible Adventures*) de l'éditeur est commercialisé en 1991 sur *Nes*. On lui doit également des titres comme *Exodus: Journey to the Promise Land* ou bien encore *Spiritual Warfare*. Exception notable, Konami sort en 1992 avec l'aval de Nintendo, le jeu *Noah's Ark* (l'arche de Noé). Ces titres ne sont pas commercialisés en France. http://en.wikipedia.org/wiki/Christian_video_games ; http://en.wikipedia.org/wiki/Wisdom_Tree ; http://en.wikipedia.org/wiki/Noah%27s_Ark_(video_game)
[853] Dans ce logiciel ludique, le joueur armé de son fusil laser doit investir l'antre du dieu maléfique pour le détruire. Huyghues-Lacour (Alain), « *Rolling softs* : *Baal* » dans *Tilt*, n° 66, mai 1989, p. 69 col. 2.
[854] *Pegasus* propose au joueur de diriger le héros Persée qui, aidé du cheval Pégase, a pour but de pourfendre Satan. Boolauck (Dany), « *Tilt journal* : *Pegasus* » dans *Tilt*, n° 88, mars 1991, p. 14 col. 3.
[855] D.B., « *Hits* : *Populous* » dans *Tilt*, n° 65, avril 1989, p. 38 col. 1.

d'une autre divinité. Pour cela, le joueur gère différents paramètres (comme la typographie des lieux) qui l'amènent aussi à devoir faire des choix entre le bien et le mal. Ce titre donne naissance à un genre de jeu de gestion nommé « simulation divine »[856]. Enfin, il est à souligner que les Japonais, dans leurs jeux et particulièrement dans les titres de rôle et d'aventure, utilisent beaucoup de références, de figures, voire de personnages émanant de la religion chrétienne. Deux raisons expliquent ce choix. La première concerne les univers créés qui s'inspirent du genre littéraire *heroic fantasy* dont l'esprit est essentiellement médiéval et européen. La seconde se rapporte aux joueurs japonais pour qui ces éléments sont dépaysants (invitant à l'exploration et à la découverte) et à même de les séduire.

Les licences du cinéma

Autre sujet récurrent, les licences[857] issues du cinéma, de la télévision et de la littérature, qui donnent lieu à des jeux tirés de films, de séries ou d'ouvrages marquants ou en vogue. Il en est de même pour la bande dessinée ou le dessin animé où les Américains et surtout les Japonais réalisent de nombreuses adaptations de leurs différentes franchises.

La science-fiction et l'heroic fantasy

Thèmes dérivés du livre et de l'écran, la science-fiction et l'*heroic fantasy* sont deux genres très prisés par le jeu vidéo. Le premier suscite d'innombrable titre se déroulant dans l'espace. C'est alors le cadre d'exploration de planètes et de systèmes inconnus ou d'affrontements plus basiques contre des extra-terrestres (particulièrement dans les *shoot'em up*). Soulignons que c'est le premier thème largement exploité par l'industrie, aussi bien avant son explosion commerciale avec des titres tels *Space War* ou *Computer Space* qu'après, avec des jeux mettant en scène des vaisseaux spatiaux comme *Space Invaders*, *Zaxxon*, *Defender*, ou *Galaxian*. Le choix de l'espace et autres vaisseaux spatiaux s'impose notamment par l'influence de la Guerre Froide et la fin de l'affrontement des deux blocs sur le terrain

[856] En anglais, ce genre de jeux est appelé « *god game* ».
[857] Voir p. 577.

de la conquête spatiale, mais aussi par l'influence de plusieurs films de science-fiction[858]. Au début des années 1980, le sujet et les « jeux de vaisseaux » sont des classiques du jeu vidéo. D'ailleurs, l'autre tendance de ces années est aux logiciels plus ou moins inspirés des jeux *Pacman* et *Donkey Kong*[859].

Le second, l'*heroic fantasy* est l'apanage de tout ce qui concerne l'aventure et le jeu de rôle, même si des jeux d'action peuvent être basés sur ce thème. Le cadre de ces univers est médiéval où s'y côtoient magie et chevalier. Deux grandes références influencent les créateurs dans la conception de ce type de jeux vidéo. D'une part, l'auteur Tolkien et son roman *Le seigneur des Anneaux*, et d'autre part, le jeu de société *Donjon et Dragon*[860]. On remarque également une tendance dans quelques jeux sortis à la fin des années 1980, à mettre en scène un barbare[861], toujours dans un monde de fantaisie. L'inspiration provient alors du personnage de Conan (le barbare ou le Cimmerien) crée en 1932 par Robert Ervin Howard, qui connue des adaptations cinématographiques durant la décennie 1980[862].

Les thèmes d'actualité et de société

Les jeux vidéo sont susceptibles de proposer des thèmes liés à la société comme par exemple la politique[863] ou même l'écologie[864]. De même, il existe des

[858] Nous pensons entre autre aux films des sagas *La guerre des étoiles* (*Star Wars*) et *Star Trek*, *Alien*, mais aussi à des références comme *2001 l'odyssée de l'espace* ou *La planète des singes*. Ces films, véritablement cultes, sont ainsi devenus des sources d'inspiration pour de nombreux concepteurs de jeux vidéo.
[859] *Tilt* nomme les premiers des « *space games* » tandis que les seconds sont appelés « *comic* ». « *Service compris* : le poids des arcades, le choc des flippers » dans *Tilt*, n° 10, mars 1984, p. 72 col. 1.
[860] Ce jeu de rôle sur table est crée par Gary Gygax et Dave Arneson et sa première édition date de 1974. Ce jeu de société dérive des wargames. Il se joue à l'aide d'un plateau, des feuilles de jeux, et plusieurs types de dés (4, 6,8,10,12,20 faces). Il propose aux joueurs de vivre des aventures fantastiques, en faisant parti d'un groupe d'aventuriers. Les personnages qu'ils incarnent disposent de leurs propres caractéristiques (race, classe, capacités), évoluant au fil du jeu (grâce à l'expérience glanée). Un maître du jeu organise la partie, et raconte aux joueurs l'histoire, et les différentes péripéties auxquelles ils sont confrontés.
[861] Nous pouvons citer les deux épisodes de *Barbarians* (commercialisé sur l'ensemble des ordinateurs 8 et 16 bits), *Targhan* (*Atari ST*, *Amiga*) ou bien encore *Rastan Saga* (arcade, ordinateur 8 bits, *Master System* et *Game Gear*).
[862] Ces films sont Conan le Barbare (1981) et Conan le destructeur (1984). Le rôle titre est tenu par l'acteur Arnold Schwarzenegger qui officie également dans un troisième film (sorti en 1985) se déroulant dans l'univers crée par Howard, du nom de *Kalidor, la légende du talisman*.
[863] Nous réservons un chapitre sur ce sujet dans la troisième partie de la thèse. Voir p. 671.
[864] L'écologie est abordé notamment avec la question du nucléaire, celle de la collecte des déchets, ou de la protection des animaux (voire parfois de l'écosystème de la nature). Notons qu'il existe des jeux où le joueur incarne un animal ou un insecte comme dans *Ecco the dolphin*, *Apydia*, ou *Sim Ant* (mais le côté écologique n'est alors ni obligatoire et ni systématique). De même, il existe un jeu dont le sujet est Greenpeace, l'organisation non gouvernementale de protection de l'environnement. Nommé *Rainbow Warrior*, ce jeu est

logiciels ludiques qui ont un thème d'actualité, et qui s'inspirent de la réalité. Durant les années 1980, quelques jeux se font échos des accidents nucléaires de Three Miles Island et de Tchernobyl, en proposant aux joueurs de régler un problème arrivé dans une centrale nucléaire (*Atom smasher*) ou bien de gérer un tel site industriel (*3 miles island* ou *Tchernobyl syndrome*). Dans cette catégorie, nous pouvons aussi placer quelques jeux qui s'inspirent de conflits armés contemporains (seconde guerre d'Afghanistan de 2001).

Le secteur des secours dans son ensemble est une source importante d'inspiration. La médecine dispose de titres dans lesquels les joueurs ont pour but de guérir les patients, en éliminant les différentes infections, en concevant des vaccins, ou en prenant en charge des opérations chirurgicales. Généralement, la représentation et la gestion de ces jeux sont des plus réalistes. Pour sa part, la police a droit à différentes exploitations. On la retrouve dans des jeux d'aventure ou d'action où le joueur joue souvent le rôle d'un policier. Il arrive néanmoins que des programmes mettent l'utilisateur dans la peau d'un malfrat comme *Grand Theft Auto*[865] (*GTA*) ou *Mafia*. Sujets connexes mais beaucoup moins fréquent, la prison (univers carcéral) et le droit (avocat) sont aussi une source d'inspiration pour les concepteurs. Il en est de même pour les pompiers.

Les transports en commun font aussi l'objet de jeux. On peut ainsi distinguer des simulations pointues de train (la série *Densha de Go* notamment) ou des titres d'arcade tel *Crazy Taxy* (le joueur prend le volant d'un taxi). Ils peuvent aussi participer aux décors dans différents genres de jeux comme l'action ou l'aventure (les scènes pouvant se dérouler dans le métropolitain ou dans un aéroport) ou bien orner le paysage (bus dans une rue par exemple). Des métiers comme mineurs ou plombier sont en sus représentés.

---

développé par une société anglaise, et il accompagne la commercialisation d'un album. Il est commercialisé avec un manuel qui traite de l'organisation, de ses actions, et sur l'environnement en général. Apparemment, il semble que ce logiciel n'aborde pas de l'affaire du Rainbow Warrior qui voit en 1985 le bateau de l'organisation être coulé, alors qu'il faisait route vers Mururoa pour protester contre les essais nucléaires français. Cette opération implique le gouvernement et les services secrets français. Le jeu se concentre uniquement sur les activités de Greenpeace. « *Previews* spécial Microprose » dans *Génération 4*, n° 13, été 1989, p. 103 col. 1.

[865] Voir annexe jeux p. 127.

Thèmes liés aux loisirs

Les loisirs sont une autre facette mise en scène par le jeu vidéo. Outre le sport et ses nombreuses disciplines représentées, il y a les arts martiaux, principalement dans des titres d'action et des jeux de combat. C'est aussi un thème souvent couplé à de nombreux éléments venant d'Asie. On peut remarquer, d'autre part, que le cirque est un sujet employé par quelques productions où le joueur est confronté à des épreuves issues des spécialités de ce monde (comme un numéro d'équilibriste). Enfin, terminons ce tour d'horizon par l'évocation pêle-mêle d'autres thématiques couramment utilisées par le cinéma mais aussi par les enfants durant leurs jeux. Nous venons de voir la police (et les voleurs), mais nous pouvons aussi citer les cow-boys (*western*) ou bien encore les pirates.

Conclusion : des thèmes communs aux autres industries du divertissement

L'exploration des thèmes abordés par les jeux vidéo montre que les concepteurs n'ont aucun a priori quant au choix des sujets. Tout ce qui a trait à la société ou à la culture peut être utilisé pour le scénario ou l'univers d'un logiciel ludique. L'actualité peut parfois influencer les créateurs mais ce n'est pas systématique. De cette manière, les jeux vidéo ne se démarquent pas du cinéma, de la télévision, de la bande dessinée, ou de la littérature. Ils empruntent les mêmes thèmes, et ils ont aussi, dans la plupart des cas la même façon de les aborder, et quelquefois de les mettre en scène. Nous remarquons qu'il n'y a pas, ou très peu, de titre ayant des sujets subversifs ou politiquement incorrects ainsi que des jeux érotiques ou pornographiques[866]. Le traitement des thématiques est souvent simple car les auteurs (et les éditeurs) ont pour seul but de divertir le joueur. Elles ne servent donc qu'à accompagner le jeu et à le rendre attractif, voire envoûtant.

[866] Les jeux pornographiques existent mais ils ne sont pas vendus dans les circuits traditionnels et ils n'ont aucune presse. Pour les jeux érotiques, ces derniers sont plus présents sur les ordinateurs que sur les consoles. Les genres concernés sont les titres d'action mais plus généralement des jeux de carte (poker) ou le roman visuel (*visual novel*), un type de jeu typiquement japonais, s'apparentant aux logiciels d'aventure.

c) L'histoire dans les jeux vidéo

La question historique dans les jeux vidéo est un sujet qu'il nous semble incontournable de traiter, non seulement parce qu'il s'agit de notre discipline, mais aussi en raison de son utilisation par ce nouveau loisir. En effet, nous constatons que l'histoire est une grande source d'inspiration pour les jeux vidéo, qui leur fournit décors, personnages, événements et contextes (historiques). Ainsi, nous allons nous demander comment ce sujet est vu et traité, quels genres de jeux sont concernés, et quelle est l'histoire mise en scène.

Globalement, nous observons plusieurs types d'histoire dans les jeux vidéo. Outre l'utilisation des quatre grandes périodes historiques, il y a également des éléments ou des sujets liés aux histoires nationales, à l'histoire mondiale, mais aussi parfois à des thèmes beaucoup plus spécifiques. Si tous les jeux sont susceptibles de recourir à l'histoire, les genres principalement concernés sont l'aventure (jeux de rôle, d'aventure, wargame, stratégie en temps réel), la réflexion (jeux de gestion) et l'action (jeux d'action, de plate-forme, de combat, de tir à la première ou à la troisième personne). En outre, nous pouvons séparer deux sortes de logiciels ludiques, à savoir ceux qui se veulent fidèles à l'histoire, et les autres qui s'en inspirent simplement, voire la déforment. Nous allons donc nous atteler à étudier les rapports entre les jeux vidéo et l'histoire, les thèmes abordés et les tendances, en analysant tout d'abord les quatre principales périodes historiques.

Les quatre périodes historiques

L'antiquité

Par rapport à l'antiquité, la période la plus mise en avant et la plus adaptée (en jeu) est l'histoire romaine. D'un point de vue chronologique, trois époques sont particulièrement utilisées, à savoir la République, les campagnes militaires et la vie de Jules César, et l'Empire (début ou « âge d'or » de l'Empire). Il faut noter que les contextes des jeux ne sont pas toujours précis et bien expliqués, tandis que les dates données peuvent être uniquement indicatives, sans réelle utilité pour le jeu et pour son déroulement. En outre, certains titres ludiques ne peuvent pas être datés, car ils

se contentent simplement de reprendre un thème romain comme les combats de gladiateurs ou les jeux du cirque. Le contexte historique n'a alors aucune importance. Parfois, il y a aussi des erreurs chronologiques, qui mènent à des anachronismes[867], des mélanges entre la période républicaine et la période impériale, ainsi que la reprise d'idées fausses sur la Rome antique. Typiquement, celle de mentionner Jules César comme l'un des empereurs romains. De manière strictement ludique, aux côtés des titres aux thèmes mentionnés ci-dessus (gladiateurs, course de char), les jeux se déroulant durant cette période sont pour la plupart des jeux de stratégies et de gestion, ainsi que des wargames. Ils proposent soit de livrer des batailles pour étendre la domination romaine, soit de gérer la République ou l'Empire, en prenant en compte les aspects économiques, diplomatiques et sociaux. Souvent, un panachage de ces deux concepts est à la base des principes de jeu. Les joueurs incarnent aussi bien des personnages fictifs que des protagonistes historiques.

A côté de l'antiquité romaine, nous notons des jeux se rapportant à l'antiquité grecque. Toutefois, la plupart ne sont pas historiques, car ils se basent plutôt sur les mythes, en mettant en scène les dieux ou des héros. De même, ces logiciels ludiques sont généralement des histoires originales[868], même si certains prennent comme point de départ un mythe célèbre[869]. Les genres de jeux sont plutôt orientés vers l'action (plate-forme, action incorporant des éléments de jeux d'aventures).

---

[867] Par exemple, dans le jeu *Centurion: Defender of Rome* édité par Electronic Arts au début des années 1990, l'action se déroule en 270 avant Jésus-Christ. Le joueur est un centurion et il doit mener bataille contre les ennemis de la République. Or, au cours de l'aventure, il est amené à rencontrer des personnages historiques qui appartiennent à l'époque de Jules César comme Vercingétorix ou Cléopâtre VII. De même, le personnage du joueur peut acquérir plusieurs rangs, synonyme d'évolution de niveau, dont le dernier est César, qui est un titre impérial, et qui n'existe donc pas en 270 av. J.C. Il faut noter également que le test de *Tilt* laisse entendre que le joueur incarne Jules César. De cette manière, un des journalistes précise le manque de sérieux des concepteurs au niveau de la réalité historique, et il indique qu'il est impossible d'incarner ce personnage en raison de son année de naissance. Hautefeuille (Olivier), « *SOS aventure* : *Centurion: Defender of Rome* » dans *Tilt*, n° 92, juillet/août 1991, p. 104 col. 1 et p. 106 col. 1.

[868] Ces histoires opposent principalement des dieux (tel ou tel dieu doit échapper ou combattre un ou plusieurs autres dieux), ou bien alors un dieu doit délivrer un dieu captif. D'autre part, il arrive que certains titres ne prennent que des éléments des mythes pour servir son récit, comme c'est le cas dans le jeu *Kid Icarus*.

[869] Nous pouvons citer dans ce cas *The Battle of Olympus* sur *Nes* qui se base sur le mythe d'Orphée qui doit aller chercher Eurydice aux enfers. Ce jeu reprend la même thématique et le même but, mais il diffère par le nom de la personne à délivrer (Hélène), ainsi que par l'aventure qui amène le joueur à faire un périple autour de la Grèce, et des rencontres avec des dieux ou des créatures mythologiques (cyclope, Minotaure, sirène, Pégase). Dans le même genre, le jeu *No Escape* sur *Atari VCS* met en scène Jason qui s'est emparé de la Toison d'or. Enfermé dans le temple d'Aphrodite, le joueur doit résister aux furies. Voir : Apollo Chris, « *The Battle of Olympus* » dans *Player One*, n° 13, octobre 1991, p. 36 ; « *Tubes* : *No Escape* » dans *Tilt*, n° 13, juin 1984, p. 28 col. 1.

Nous pouvons nous étonner de la non-exploitation de périodes importantes de l'antiquité grecque comme l'époque classique (Ve et IVe siècle av. J-C), ou bien encore l'époque hellénistique (hors histoire romaine). Il en est de même avec la Guerre de Troie et une figure telle qu'Alexandre Le Grand qui sont, durant la période étudiée, pour ainsi dire oublié du jeu vidéo. Enfin, il faut souligner que l'Egypte antique est succinctement abordée, à travers ses dieux. Toutefois, ce thème est bien plus traité du côté de l'archéologie, que d'un point de vue historique[870].

Epoque médiévale

L'histoire médiévale (européenne) n'existe pas dans les jeux vidéo. En effet, les éléments médiévaux ou les jeux se déroulant durant cette période s'apparentent davantage à l'*heroic fantasy* (influence de Tolkien, du jeu de plateau *Donjons et Dragons*) ou bien proviennent de récits ou de légendes. Ainsi, les titres ludiques vont mettre en scène des personnages comme des chevaliers, des magiciens, des voleurs, et des elfes, ainsi que des créatures comme des orques, des nains, des gargouilles ou des sorcières. Des lieux comme le château (fort), la taverne ou l'église sont aussi des éléments caractéristiques. De plus, il y a une influence certaine du cinéma et des films de chevalerie, voire dans certains cas des contes. Nous pouvons le constater avec des jeux qui s'inspirent de la légende arthurienne[871] ou qui mettent en scène le personnage de Robin des bois. Si l'on peut deviner une influence anglo-saxonne, notamment parce que la majorité des jeux sont faits par des anglo-saxons, nous pensons que c'est davantage le cinéma qui est alors pris en exemple. D'autres, comme *Knight Games*[872], se concentrent sur des épreuves qui, pour le public, sont typiques du Moyen Age, telles que le tir à l'arc, ou les joutes entre chevaliers.

Les genres de jeux qui se rapportent à l'époque médiévale sont pour une part importante les jeux d'aventure et de rôle. Nous pouvons aussi trouver des jeux de stratégie[873], et des jeux d'action. Hormis quelques exceptions, les titres médiévaux

[870] Il s'agit, par exemple, de retrouver un objet dans une pyramide.
[871] Les thèmes associés que l'on peut retrouver dans les jeux sont alors la quête du Graal ou bien encore les chevaliers de la table ronde. Le personnage principal de type de jeu est le plus souvent le roi Arthur.
[872] « *Knight Games* » dans *Tilt*, n° 34, septembre 1986, p. 63 col. 1.
[873] Citons notamment *Medieval : Total War* dont l'action se passe durant toute la période médiévale. Il s'agit d'un jeu de stratégie qui se déroule à la fois en temps réel et au tour par tour. Le joueur doit choisir son camp (parmi quatorze propositions) et étendre sa domination, tout en s'occupant de l'économie, de la diplomatie

disposent d'une orientation anglo-saxonne et d'un regard porté vers l'Angleterre. En outre, une majorité n'a pas de contexte historique clairement défini. L'essentiel est que le joueur puisse identifier le programme comme se passant durant la période médiévale ou durant l'époque (très vague) des chevaliers. Les developpeurs n'ont ainsi aucune vocation ou ambition d'être fidèle à cette période, et d'ancrer leurs jeux dans la réalité historique.

Epoque moderne

Les jeux vidéo tirent de la troisième période, l'époque moderne, essentiellement des thèmes liés aux grandes découvertes (explorations, colonisations) ou bien encore à la piraterie[874]. Le genre dominant est la stratégie, où le joueur doit conquérir pour étendre sa domination, et gérer des paramètres comme l'économie ou la politique. Parmi les jeux les plus caractéristiques, citons *Colonization* ou bien encore la série *Europa Universalis*.

Epoque contemporaine

Enfin, l'époque contemporaine peut être assimilée, d'un point de vue des jeux vidéo, au vingtième siècle et à une période de guerre, car ils adaptent principalement les conflits, au premier rang desquels nous trouvons la Seconde Guerre mondiale. Cette dernière est à la base de jeux guerriers, conçus avec un certain souci de réalisme[875]. Là aussi, deux types de logiciels sont à noter avec d'un côté des jeux qui proposent scrupuleusement de participer aux différentes batailles de la guerre[876], et de l'autre, des titres qui s'en inspirent, mais dont la teneur n'a pas pour vocation

(réaliser des alliances) ou bien encore de la religion. En complément du mode de jeu principal, il est possible de jouer des scénarios prédéfinis, et donc des batailles historiques qui ont lieu par exemple durant les croisades ou la Guerre de cent ans.

[874] Nous excluons volontairement l'histoire de France car nous allons aborder la question ci-après.

[875] Remarquons toutefois que les protagonistes politiques tels que Churchill, Roosevelt, Staline ou de Gaulle, n'apparaissent pas dans la plupart des titres ludiques.

[876] Notons que les jeux vidéo ont adapté la quasi-totalité des batailles de la Seconde Guerre mondiale (batailles en Europe, en Russie, dans le Pacifique). Soulignons également que les logiciels ludiques peuvent proposer de participer à plusieurs batailles, ou bien alors, leur contexte est ancré uniquement durant l'une d'entre elle.

d'être fidèle à l'histoire (par exemple, il s'agit de combattre et d'éradiquer des nazis)[877].

Le thème de la Seconde Guerre mondiale est repris dans de nombreux types de jeux, parmi lesquels nous trouvons des *shoot'em up*, des simulations aériennes, des wargames, des jeux de stratégies et des jeux d'action. Pour ces derniers, il faut noter que les jeux de tir à la première personne se déroulant en temps de guerre deviennent à la mode à la fin de notre période d'étude. Les joueurs incarnent presque toujours les alliés, même si dans de très rares exceptions, il est possible de choisir les camps adverses[878]. Nous reviendrons sur ce type de choix dans notre analyse globale de la question au cœur de ce paragraphe.

L'autre grand conflit grandement adapté par les développeurs est la Guerre froide. Ce thème est principalement utilisé durant les années 1980, et il produit des jeux que l'on pourrait qualifier de fiction. En effet, la majorité des titres ne se basent pas sur des faits réels, comme cela peut être le cas pour la Seconde Guerre mondiale, mais sur des scénarios inventés. Toutefois, les éléments qui caractérisent l'antagonisme entre les deux blocs sont en priorité intégrés aux jeux comme par exemple, le capitalisme contre le communisme, les prises d'otages, l'espionnage, ou bien encore la question du nucléaire. Etant donné que la conception est souvent le fait d'équipes anglo-saxonnes, la vision du conflit est plutôt en défaveur du bloc de l'Est, qui tient le rôle de l'ennemi. S'il arrive que les joueurs puissent choisir d'être dans le camp communiste, ils sont presque toujours amenés à jouer le rôle des américains ou de leurs alliés. Les buts proposés dans ces jeux tournent, entre autre, autour de la nécessité d'arrêter les actions des Russes et de leurs alliés, de passer de l'autre côté du mur de Berlin, d'éviter une guerre (nucléaire ou pas), ou bien encore de retrouver des espions ou des documents secrets[879].

---

[877] Nous pensons notamment au jeu *Wolfenstein 3D*, qui met en scène un soldat américain (d'origine polonaise) qui effectue plusieurs missions contre les nazis (s'échapper d'une forteresse, retrouver des plans, assassiner Hitler).

[878] Parmi les exceptions, notons le wargame *Blitzgkrig May 40* qui propose aux joueurs de choisir son camp entre les alliés ou « les envahisseurs ». Ce choix des concepteurs du jeu de laisser le joueur décider de son camp, semble être dicté uniquement par une volonté de proposer deux façons de jouer différentes. En effet, si le joueur choisit d'être les alliés, alors son but est de contenir le plus longtemps possible les troupes allemandes. On peut aussi y voir le désir de coller à l'histoire, puisqu'il est alors impossible, dans ce cas, de défaire l'armée du Reich. AHL, «*Blitzgkrig May 40* » dans *Tilt*, n° 84, décembre 1990, p. 105 col. 3.

[879] Parmi les différents exemples, nous pouvons citer *Red Storm Rising*, où le joueur est à la tête d'un sous-marin nucléaire américain, avec lequel il doit empêcher les Russes de s'emparer des réserves de pétroles du Moyen-

Parmi les autres conflits adaptés, mais dans des proportions moindres, nous pouvons noter la Guerre du Vietnam, ainsi que la Première Guerre mondiale. Un nombre très restreint de titres s'attardent également sur la Guerre de Corée.

Les histoires nationales

Secondement, après ces descriptions des quatre périodes historiques, nous allons nous attarder sur les histoires nationales que l'on retrouve dans les jeux vidéo. D'après nos observations, nous pouvons dégager trois grandes tendances, avec une histoire asiatique, une américaine et une européenne[880].

L'histoire asiatique

S'agissant de l'histoire asiatique, il s'agit bien plus de l'histoire japonaise car celle-ci nous arrive par l'intermédiaire des jeux d'origine japonaise. Néanmoins, encore une fois, nous ne pouvons pas à proprement parler d'histoire, car les jeux s'inspirent seulement de contextes historiques existants, ou de récits mythiques. Ainsi, ce qui est le plus mis en avant par les concepteurs japonais sont le Japon médiéval[881], ainsi que la période chinoise des Trois Royaumes[882]. Les genres de prédilections sont alors les jeux de rôle et d'aventure, les wargames et les jeux d'action. Mis à part cette période, les créateurs ne se sont pas intéressés au reste de l'histoire japonaise ou des pays environnant, ni aux deux guerres mondiales.

Orient. Dans *Germany 1985*, ils doivent stopper l'invasion du Pacte de Varsovie qui est passé à l'offensive dans la partie Ouest de l'Allemagne. *Projet Volcano* met en scène un agent secret qui s'infiltre dans une base ennemie afin d'y neutraliser un programme informatique pilotant des missiles. Pour sa part, *Third Carrier* donne pour mission au joueur de retrouver un agent de l'Allemagne de l'Ouest passé à l'Est avec des documents importants de l'OTAN. Enfin, dans un esprit moins guerrier, le jeu *Le mur de Berlin*, propose aux joueurs d'éviter divers obstacles, afin de faire passer quatre personnes en RFA. Voir : « Simulation : *Red Storm Rising* » dans *Génération 4*, n° 13, été 1989, p. 50 col. 1 ; « *Tilt d'or* » dans *Tilt*, n° 17, novembre/décembre 1984, p. 46 ; « *Tubes* : *Projet Volcano* » dans *Tilt*, n° 19, mars 1985, p. 29 col. 1 ; « *Third Carrier* » dans *Joystick*, n° 2, février 1990, p. 9 col. 2 ; « *Le mur de Berlin* » dans *Tilt*, n° 10, mars 1984, p. 33 col. 2.

[880] Nous insisterons davantage sur l'histoire de France.

[881] Notamment l'époque *Sengoku* (entre le 15e et le 16e siècle), ou le tout début de l'époque Edo (elle commence vers 1600) qui correspond pour le Japon au début de l'époque moderne. Cette période (assez instable dans l'histoire japonaise) permet aux jeux vidéo d'inclure des éléments traditionnels du Japon (voire des clichés) en mettant en scène des batailles féodales pour le pouvoir, et des samouraïs.

[882] Cette période se déroule de 220 à 265 ap. J-C. et elle voit l'affrontement entre trois royaumes pour la domination de la Chine. Soulignons que ce n'est pas l'histoire de la Chine que les concepteurs japonais veulent mettre en scène, mais plutôt le récit décrit dans le roman historique chinois *L'Histoire des Trois Royaumes* (qui date du 14e siècle).

L'histoire des Etats-Unis

L'histoire des Etats-Unis, quant à elle, est très exploitée en raison du nombre important d'entreprises et de concepteurs d'origine américaine dans les jeux vidéo. Ainsi, nous pouvons attester de jeux relatifs à la Guerre d'indépendance (américaine), à la Guerre de Sécession, à l'époque de la conquête de l'Ouest, à la Prohibition, ou à l'assassinat du président Kennedy. Plusieurs types de jeux sont utilisés par les développeurs, et nous pouvons voir qu'ils s'approchent dans le traitement de l'histoire, de ce que fait le cinéma de divertissement.

L'histoire européenne

Enfin, en ce qui concerne l'Europe, son histoire influence peu les jeux vidéo, en dehors des jeux qui se déroulent durant les conflits mondiaux, ou sur de longues chronologies et qui couvrent alors de nombreux champs historiques. Si l'Angleterre et la France sont représentés, les histoires des autres pays de l'Ouest comme de l'Est sont quasiment oubliées. Nous pensons que ceci provient principalement de l'absence de développeurs et d'éditeurs issus des régions concernées, ainsi que de réticences économiques[883].

L'histoire de France

Pour ce qui est de la France, la période de son histoire la plus mise en avant est l'époque napoléonienne et surtout les guerres qui s'y rapportent. Elles sont à l'origine de nombreux titres ludiques de type wargame, réalisés notamment par des entreprises américaines. L'autre période significative est la monarchie sous le règne de Louis XIV. Nous attestons toutefois de quelques titres, durant les années 1980, créés par des sociétés françaises, qui abordent des questions particulières. C'est par exemple le cas de *Freedom*, édité par Coktel Vision, qui se rapporte à l'histoire des

[883] Nous pouvons supposer que les éditeurs ont peur de ne pas rentabiliser leurs investissements, et donc de toucher un public large (à la fois européen et américain) s'ils s'écartent des thèmes historiques généralement traités (voire conventionnel pour le jeu vidéo).

Antilles françaises durant le 18e siècle, et qui évoque la question de l'esclavage[884]. Cependant ce mouvement est fort limité. Nous pouvons être surpris du peu d'intérêt suscité par des moments importants de l'histoire de France comme la période révolutionnaire[885], l'affaire Dreyfus, la Guerre de cent ans, ou bien encore la Guerre d'Algérie. De même, l'occupation et la résistante ne sont pas traités (ni même la Seconde Guerre mondiale en ce qui concerne les éditeurs et développeurs français).

Globalement, l'histoire de France n'est pas un thème historique très répandu dans les jeux vidéo. Les éditeurs français ne puisent pas dans l'histoire de l'hexagone pour concevoir des récits ludiques, comme le font les concepteurs américains avec l'histoire des Etats-Unis. Outre le fait que les américains sont peut-être plus enclins à mettre en scène leur pays et leur histoire dans leurs œuvres de divertissements, nous pensons que c'est pour des raisons essentiellement économiques que les Français n'ont pas beaucoup développé des jeux en rapport avec leur histoire. En effet, les entreprises de jeux vidéo en France réalisent leurs produits ludiques avec l'intention de les exporter, et ce dès la phase de conception. Ainsi, un thème lié à l'histoire de France est susceptible d'apparaître comme trop risqué et peu porteur sur les marchés étrangers. En outre, il faut remarquer que les entreprises américaines qui créent un jeu en rapport avec l'histoire de France ont des profils très spécifiques, puisqu'elles sont spécialisées dans un type de jeu comme le wargame. Or, durant la période étudiée, aucune entreprise française n'est réellement spécialisée dans un type de jeu donné. Nous pouvons aussi nous demander si l'histoire de France n'est pas un sujet qui possède une trop forte connotation scolaire, ce qui pourrait être vu comme un handicap pour plaire au public d'adolescents.

De cette manière, les créateurs français ne sont donc pas à l'origine d'un mouvement, qui voit l'adaptation en jeu vidéo, de la plupart des grandes phases de l'histoire de France. Néanmoins, dans le traitement historique, nous pouvons déceler

[884] Le jeu se déroule dans une plantation martiniquaise. Le joueur a pour but de créer un soulèvement et de sonner la révolte, afin de recouvrer la liberté. Caberia (Eric), « *Freedom* » dans *Tilt*, n° 61, décembre 1988, p. 134 col. 1.

[885] Nous avons relevé deux jeux d'aventure qui prennent place durant les événements de la Révolution. Le premier se nomme *1789*. Il est édité en 1986 par Ludia sur la plupart des ordinateurs 8 bits. Le second, *89 : la Révolution française*, est édité en 1989 par Legend Software sur les ordinateurs 8 bits et 16 bits. Voir : « *Tube* : 1*789* » dans *Tilt*, n° 28, janvier/février 1986, p. 37 col. 3 ; « Publicité : *89 : la Révolution française* » dans *Génération 4*, n° 13, été 1989, p. 147.

une particularité française sur quelques jeux créés. En effet, la retranscription des ambiances et des réalités des époques servent souvent une ambition éducative, tandis que chez les Américains par exemple, elles sont plutôt liées au divertissement. Dans les deux cas, il y a un souci de réalisme pour obtenir l'adhésion des joueurs. Cette finalité de proposer des jeux à la fois divertissants, culturels et éducatifs est particulièrement visible dans des titres tels que *Versailles Story*[886], *Intrigue à la Renaissance*[887] ou bien encore les deux épisodes de *Versailles* de l'éditeur Cryo[888].

Une histoire vouée au divertissement et influencée par les anglo-saxons

Des différentes descriptions que nous venons de faire concernant l'histoire dans les jeux vidéo, nous pouvons dégager plusieurs points d'analyse. Tout d'abord, il n'existe pas de manière propre aux jeux vidéo d'aborder le sujet. Ces derniers traitent l'histoire comme peuvent le faire les autres industries culturelles (cinéma, littérature). Ainsi, la finalité première des jeux à thématique historique est le divertissement, ce qui a une influence sur la manière de les concevoir. En outre, l'histoire dans les jeux vidéo est fortement américaine, non seulement dans les thèmes des jeux, mais aussi dans les visions et les thèses historiques présentées[889].

[886] Le but de *Versailles Story* est de rencontrer le roi Louis XIV. Pour ce faire, le joueur doit acquérir des charges, monter dans la hiérarchie de la cour, en rencontrant les personnes adéquates, et en obtenant des objets nécessaires à la promotion. Le jeu distille également des questionnaires de connaissances. J-P.D, « *SOS aventure* : *Versailles Story* » dans *Tilt*, n° 56, juillet/août 1988, p. 112.

[887] *Intrigue à la Renaissance* n'est pas strictement un jeu historique, mais plutôt un titre de science-fiction se déroulant à la Renaissance. Le but pour le joueur est de retrouver un malfaiteur disposant d'une machine à voyager dans le temps. L'action se déroule entre le 14e siècle et le 15e siècle dans le Val de Loire, et le joueur doit visiter sept châteaux, afin de récolter des indices pour son enquête (retrouver le malfaiteur). Durant le jeu, le logiciel apporte des explications sur l'époque, l'histoire des châteaux, ainsi que des biographies sur les protagonistes historiques. Kaaa, Minh (Duy), « *Test* : *Intrigue à la Renaissance* » dans *Joystick*, n° 6, juin 1990, p. 142.

[888] Le premier titre se nomme *Versailles 1685 : Complot à la Cour du Roi Soleil* . Il se déroule sur une journée et le joueur doit déjouer un complot contre le château (et donc contre le roi). Le second est intitulé *Versailles II : Le Testament*. Il prend place en 1700 et il met le joueur dans la peau d'un jeune noble qui arrive à la cour. Son but est de devenir diplomate, pour ensuite retourner à la cour d'Espagne où se trouve sa bien aimée. Techniquement, les deux titres reproduisent en trois dimensions le château de Versailles, et les joueurs ont la possibilité d'interagir avec les décors (et s'y promener librement), les personnages, les objets, mais aussi de consulter à leur propos des notices historiques. De plus, la bande sonore est composée de titres issus de la musique baroque et de compositeurs comme Couperin ou Lully.

[889] Le magazine *Computer Gaming World* publie en juin 1993 un article qui analyse une centaine de wargames possédant un thème historique. Les événements les plus en vue sont la Guerre de Sécession (20% des jeux) et les guerres napoléoniennes (17% des titres). Un tiers des jeux concerne l'histoire américaine, tandis que l'Europe représente 40% des jeux, et l'Asie 11%. En outre, 10% des jeux se réfèrent au Moyen Age européen, 8% à l'antiquité romaine, 4% à l'antiquité non romaine, 3% à la piraterie, 3% au western, et 2% à la Guerre de cent ans. Le Diberder (Alain et Frédéric), *L'univers des jeux vidéo*, Paris, La découverte, 1998, 274 p. ; p. 225.

Toutes les grandes périodes de l'histoire des Etats-Unis sont ainsi mises en scène et proposées aux joueurs. Pour le second point, celui-ci est particulièrement visible dans des jeux de stratégies tels que *Civilization* ou *Colonization*. Il s'agit de logiciels qui proposent aux joueurs de conduire et de développer une civilisation ou un pays, parmi celles et ceux qui ne peuvent être regardés comme les plus importants de l'histoire, sur une longue période chronologique. Néanmoins, le coté historique n'est qu'un enrobage de façade, qui n'a pas d'importance directe dans le jeu. Ce n'est qu'une superposition de réalités historiques différentes (et parfois anachroniques) sensées apporter une part de réalisme. Tout au plus, l'histoire sert à déterminer certaines caractéristiques ludiques. D'un point de vue idéologique[890], ces jeux sont basés sur un modèle capitaliste et neo-libéral, où le joueur doit trouver, gérer, accumuler et exploiter les matières premières. La division du travail régit ses différentes unités à qui il peut donner des taches spécifiques (combattre, exploiter, rechercher, etc…). De même, les pays occidentaux du Nord sont avantagés par rapport aux autres[891], tandis que le modèle américain apparaît comme le meilleur d'entre tous (et le plus évolué).

Deux manières de voir l'histoire

Ensuite, nous avons pu nous rendre compte qu'il y a deux grands types de jeux, à savoir d'un côté ceux qui se veulent strictement fidèle à la réalité historique, et les autres dont le degré d'exactitude est très variable. Pour les premiers cités, nous pouvons remarquer qu'il s'agit le plus souvent des jeux de stratégies, de wargame, et de jeux d'aventure orientés vers le genre ludo-éducatif[892]. Pour les jeux de stratégie, la réalité historique est surtout visible dans le contexte du jeu, et l'habillage graphique. Les joueurs doivent généralement gérer la politique, l'économie et la société, mais c'est une gestion plutôt simple, qui ne s'intéresse pas réellement (et qui n'a pas de liens véritables) aux questions ou aux événements historiques. En ce qui

[890] Fortin (Tony), « Politique et jeux vidéo » dans *Planetejeux.net*, 19 août 2004, http://www.planetjeux.net/index.php3?id=article&rub=read&article=008&page=2

[891] D'un point de vue de la difficulté du jeu. Le joueur a ainsi plus de facilité dans sa partie, en prenant un de ces pays. D'autre part, la description des pays comporte un certain nombre de stéréotypes. Trémel (Laurent), « *Jeux de rôles, jeux vidéo, multimédia: les faiseurs de mondes* » ,Paris, Puf, 2001, 309 p. ; p. 233 – 235.

[892] Remarquons que durant les années 1980, des éditeurs américains de jeux vidéo sont spécialisés dans les adaptations historiques sur micro ordinateur, principalement dans les genres de la stratégie et du wargame. C'est par exemple le cas de SSI (Strategic Simulation Inc.), ou Avalon Hill qui est davantage une société présente sur le marché des jeux de société et de plateaux que dans le jeu vidéo.

concerne les wargames, ce type de jeux est à l'origine de l'adaptation de la majorité des grandes batailles historiques, de l'époque antique à l'époque contemporaine.

L'histoire est traitée de façon militaire, et elle est réduite aux enjeux des batailles (aspects stratégiques et gestions des effectifs, avancé des troupes). Cette manière de voir et de présenter l'histoire n'est pas propre à ce genre de jeux vidéo, car nous la retrouvons aussi dans les jeux de société de stratégie[893]. Enfin, les jeux d'aventures qui intègrent une partie pédagogique, présentent la matière de manière très scolaire. Si l'on excepte la représentation graphique, l'histoire est distillée sous forme de notices, dont le but est d'enrichir les connaissances des joueurs.

Pour le second type de jeu décrit, c'est-à-dire ceux dont l'exigence historique n'est pas le but premier, nous pouvons ranger un grand nombre de jeux, repartis dans les catégories jeux de rôle, d'aventure, ou d'action. L'histoire n'est souvent qu'un prétexte ou une aide, pour rendre crédible le scénario des logiciels ludiques. Il s'agit ainsi de donner une cohérence au monde numérique crée, pour que les joueurs puissent plus facilement s'y intégrer et y croire. En outre, l'histoire permet de situer l'action dans une époque et par rapport à une chronologie, ainsi que de mobiliser les connaissances des utilisateurs (toujours dans une volonté de provoquer l'adhésion). Pour ces jeux non plus, les concepteurs n'ont pas la volonté de traiter les questions historiques ou même de coller à l'histoire événementielle, car les récits sont dans une majorité originaux.

Nous pouvons d'ailleurs, rapprocher cette façon d'utiliser et d'aborder l'histoire, de l'uchronie[894] (ou histoire alternative) qui est de nos jours une catégorie de récits de science-fiction. Le principe repose sur la modification d'événements passés, et donc sur une réécriture de l'histoire. Au sens large, elle est une époque fictive ou une évocation imaginaire dans le temps. Les jeux vidéo s'intègrent principalement à cette définition large, dans la mesure où ils créent des événements, et donc des périodes de fiction, à partir de faits et d'époques historiques.

[893] Les jeux vidéo de type wargame ne sont qu'une adaptation numérique et virtuelle des jeux de plateau éponymes.
[894] Le mot uchronie est un néologisme crée par le philosophe français Charles Renouvier, à partir des mots utopie et chronologie.

Une histoire neutre et aseptisée

Enfin, et c'est peut être le point le plus important, dans l'utilisation et le traitement de l'histoire par les jeux vidéo, nous voyons que cette dernière est systématiquement dépouillée de sa substance, de ses enjeux et de toutes ses contradictions. C'est une histoire très lisse qui est mise en scène, politiquement correcte, et aseptisée. Les contextes historiques sont déformés ou réduits à des aspects très simples, parfois déconnectés des réalités, des événements, et des faits. D'autre part, les jeux vidéo sont neutres. Ils ne prennent jamais position, ne présentent pas de thèses ou de points de vue historiques, et ils ne participent pas à la recherche et à la réflexion sur l'histoire. L'exemple le plus caractéristique concerne les jeux de guerre, et surtout les jeux se déroulant durant la Seconde Guerre mondiale. En effet, les logiciels ludiques présentent essentiellement cette période comme un affrontement militaire entre deux camps. Ils vont donc tourner autour d'enjeux et d'objectifs liés aux combats et aux problèmes guerriers[895]. Les questions liées à l'idéologie nazie, aux juifs (déportation, camps de concentration), à l'occupation ou à la résistance n'existent pas dans le temps de jeu. Ils sont de plus assez manichéens, puisque les alliés sont présentés comme les « gentils » et les nazis comme une incarnation absolue du mal (presque dans le sens biblique du terme). Nous pouvons d'ailleurs relever qu'une majorité de jeux se contentent de présenter et de proposer ce type d'antagonisme primaire.

Conclusion : une histoire consacrée au divertissement

Ainsi, les jeux vidéo s'inspirent de l'histoire, mais bien plus que dans le cinéma, la littérature ou les jeux de société, c'est une histoire effleurée et déformée qui est présentée. Elle est sortie de son contexte et elle est vue de manière simpliste. Sauf exception, il n'y a aucune vocation pédagogique, ni même de volonté de s'insérer dans la réflexion historique et d'explication du passé par l'intermédiaire des programmes ludiques. L'histoire n'est qu'une inspiration, dont le but est purement et exclusivement tourné vers le divertissement. Elle permet de diversifier les cadres et les contextes des jeux. Les thèmes historiques ne sont alors qu'un moyen, parmi d'autres, pour y parvenir, et faire adhérer les joueurs aux jeux.

[895] Roustan (Mélanie, sous la direction de), *La pratique du jeu vidéo : réalité ou virtualité ?*, Paris, L'Harmattan, 2003, 224 p. ; p. 193.

Nous pouvons nous questionner sur les raisons de cet état, mais aussi sur les liens que cela peut avoir avec la société. Nous pensons qu'en plus de la jeunesse de l'industrie des jeux vidéo, la principale raison de ce traitement se concentre autour des créateurs de jeux. Une interview d'un journaliste américain à propos de l'état d'esprit des créateurs de jeux, parut en mai 1999 dans *Libération*, apporte un éclairage sur le problème. Il déclare :

« Ils restent enlisés dans le royaume des parcs d'attractions. Qui sont les producteurs et concepteurs de ces jeux? La plupart du temps, des jeunes garçons avec une formation de programmeurs ou qui ont abandonné l'école. Leur culture est exclusivement faite de science-fiction, fantastique, de dessins animés japonais et de BD. Leur critère n'est donc pas le beau ou le profond, mais plutôt ce qui va leur faire dire «Cool!» ou «Whoa!». En soi, ce n'est pas une mauvaise chose dans une certaine mesure, je fais moi-même partie de cette culture, et j'ai une certaine tendresse pour elle mais elle ne les pousse certainement pas à se poser de grandes questions sur ce qu'ils conçoivent »[896].

D'après cet extrait, les concepteurs de jeux sont baignés, pour la plupart, dans une culture de divertissements, à dominante anglo-saxonne, dont ils se servent pour faire des jeux à destination d'un public qui en est également imprégné. Il semble que cette façon de voir l'histoire pourrait être liée à une culture restreinte, mais aussi à un certain manque d'éducation (dans le sens scolaire). Les créateurs n'auraient pas les bases pour traiter l'histoire de manière « plus intellectuel ». En outre, ils n'auraient tout simplement pas l'idée de se servir du jeu vidéo pour traiter un thème en profondeur ou, à la manière d'un réalisateur de cinéma, pour donner leur vision d'un événement historique.

Cette orientation uniquement ludique peut aussi faire écho à la recherche d'amusement du public d'adolescents qui constitue la cible première de ce loisir. Pour eux, les jeux vidéo ne doivent pas se rapprocher du cadre scolaire ou le

[896] Levisalles (Natalie), « *Ecrans* : Comme dans un fantasme brutal et hyperréel. Un journaliste américain, spécialiste et fan de jeux vidéo, analyse l'état d'esprit des adeptes des jeux de tirs » dans *Liberation.fr*, 21 mai 1999, http://www.liberation.fr/ecrans/0101282923-comme-dans-un-fantasme-brutal-et-hyperreel-un-journaliste-americain-specialiste-et-fan-de-jeux-video-analyse-l-etat-d-esprit-des-adeptes-des-jeux-de-tirs

rappeler, sous peine d'être perçus comme des logiciels éducatifs ou culturels, et donc de ne pas leur plaire.

3) Les genres de jeux vidéo

a) Les différentes classifications

Le jeu vidéo se décompose, à la manière des jeux de société, de la musique ou du cinéma, en plusieurs genres qui ne disposent pas de définition officielle. Ainsi, si des catégories identiques se retrouvent citées par différentes sources, il est fréquent de rencontrer des variations dans leurs caractéristiques, leurs noms et les jeux qui y sont rattachés. Nous constatons aussi des erreurs, des appellations employées seulement par un média donné, et des difficultés à classer des logiciels ayant des attributs émanant de deux types de jeux différents. Ce dernier cas mène généralement à l'évocation d'un genre spécifique, au lieu d'être indiqué comme une sous-catégorie d'un genre existant. La classification des programmes ludiques n'est donc pas quelque chose de figée. Elle est le fait d'ouvrage sur le jeu vidéo, de la presse, mais aussi des constructeurs de machines ou des éditeurs de jeux.

Les classifications des ouvrages

Pour ce qui est des ouvrages, leurs auteurs s'attachent le plus souvent à regrouper les genres dans de grandes catégories pour une plus grande lisibilité. Les termes utilisés pour les nommer sont plutôt explicites et généraux, afin d'être compris par le plus grand nombre. Dans le livre *L'univers des jeux vidéo*[897], Alain et Frédéric Le Diberder proposent, par exemple, trois catégories, à savoir les jeux de réflexion, les jeux d'arcade (ou d'action) et les simulations. Pour sa part, Stéphane Natkin, dans *Jeux vidéo et médias du 21e siècle*[898], indique les différentes possibilités de classer les programmes, selon des critères historiques, éditoriaux ou narratifs. Néanmoins, sa classification est basée sur les mécanismes des jeux et elle comporte quatre classes. Les puzzles qui regroupent des titres adaptés de jeux classiques où les règles sont déjà connues de l'utilisateur. Les simulations, donnant l'impression au joueur de gérer un univers[899]. L'action dont les mécanismes de jeu tournent

[897] Le Diberder (Alain et Frédéric), *L'univers des jeux vidéo*, Paris, La découverte, 1998, 274 p. ; p. 45.
[898] Natkin (Stéphane), *Jeux vidéo et médias du XXIe siècle : Quels modèles pour les nouveaux loisirs numériques ?*, Paris, Vuibert, 2004, 144 p. ; p. 7.
[899] La complexité des règles prend également une part dans l'intérêt ludique de ces titres.

essentiellement autour de l'habileté des joueurs. Enfin, les jeux d'aventure qui proposent des titres au scénario développé, permettant d'être le héros d'une histoire[900].

La classification des constructeurs de consoles

Les constructeurs de machines ludiques réalisent aussi des classifications afin d'aiguiller les consommateurs, sur la nature des titres proposés, et notamment ceux qui ne sont pas forcement des « spécialistes » des jeux vidéo. Les supports privilégiés sont la jaquette des programmes ainsi que les dépliants promotionnels présentant un certain nombre de logiciels. Toutefois, en ce qui concerne les boîtes, l'inscription du genre n'est pas systématique. C'est une pratique en vigueur principalement sur les machines 8 bits qui tombe rapidement en désuétude[901]. Par exemple, Sega met au point huit catégories[902] (indiquées sur le coin gauche supérieur de la jaquette) dont les termes demeurent par ailleurs en anglais. Nintendo utilise, pour sa part, le même nombre de genres et à peu près les mêmes termes[903] tandis que Sony propose avec sa première console onze genres de jeux[904]. Pour nous, ces systèmes de classement ont peu d'influence sur les utilisateurs (joueurs ou non), et ils passent même relativement inaperçus. Malgré leur origine, ils ne sont pas reconnus comme des genres officiels, et surtout ils semblent ne pas avoir de légitimité.

[900] Il est à noter que l'auteur incorpore au jeu d'aventure, un sous-genre appelé les jeux de découverte qui se caractérisent par une problématique particulière (historique, géographique, écologique). Il cite en exemple le jeu *Versailles*. Voir annexe jeux p. 163.
[901] Nintendo, par exemple, en changeant la charte graphique de ses jaquettes *Nes*, abandonne le marquage des genres. Précisons toutefois que suivant les consoles et les éditeurs, il peut subsister une indication du type de jeu (notamment à l'arrière de la jaquette).
[902] Il y a ainsi : *arcade game*, *action game*, *shooting game*, *space game*, *rôle playing game*, *3D game*, *light phaser game* et *family game*. Sega, « *The Sega video game system* », dépliant promotionnel.
[903] Ces catégories sont : *adventure series*, *action series*, *sports series*, *family series*, *four player series*, *arcade classics series*, *light gun series* et enfin *programmable series*. Nintendo, « *The Nintendo game plan*, la stratégie de jeu Nintendo », dépliant promotionnel, 1991.
[904] Le constructeur établit une liste qui comprend des jeux de course, de sport, d'action/aventure, de plates-formes, de jeux de rôle, de simulation, de *shoot*, de combat, de stratégie/réflexion, de musique, et des titres créatifs. Sony, « *Playstation*, les meilleurs jeux », catalogue, septembre 1999 – mars 2000, p. 4 col. 2.

La classification de la presse spécialisée

La presse joue un rôle important dans la mise au point des classements puisque les magazines spécialisés sont parmi les premiers à réaliser des démarcations entre les types de jeux[905]. Surtout, étant donné qu'il s'agit du principal media d'information des joueurs, c'est par son intermédiaire qu'ils sont amenés à se familiariser avec les genres de jeux et une classification, mais aussi à adopter les différentes catégories crées. En effet, celles émises par les journalistes sont communément admises par les joueurs qui ne les contestent pas. Suivant les publications et les époques, elles apparaissent groupées, comportant quelques genres, ou bien alors larges avec un très grand nombre de divisions. Par exemple, le magazine *Tilt*, dans son second numéro[906], classe les jeux selon huit genres[907]. Les termes utilisés sont généraux, parfois vague, et le thème de certains jeux est même utilisé pour définir leur genre. Cependant, un an plus tard, dans le numéro de décembre 1983[908], la classification se développe puisqu'elle compte plus d'une vingtaine d'entrées[909]. On note l'apparition de termes intermédiaires et de genres hybrides qui, bien souvent, n'ont pas lieu d'être. En plus de semer une certaine confusion, ils ne permettent pas de bien comprendre les différences entre les jeux. De plus, les nuances sont desservies par l'utilisation d'un vocabulaire flou. Notons que la presse spécialisée dans les consoles apparaît dans un premier temps beaucoup plus constante dans sa catégorisation des jeux. C'est le cas, par exemple, du mensuel *Player One* qui indique clairement, sur une page dédiée[910], quels sont les genres[911] que le lecteur rencontrera dans ses colonnes. Des exemples de titres accompagnent l'énumération.

Ichbiah (Daniel), *Bâtisseurs de rêve : enquête sur le nouvel eldorado des jeux vidéo*, Paris, First Documents, 1997, 430 p. ; p. 45.

[906] Maman (J.M), Masson (Nicole), « Les grands thèmes » dans *Tilt*, n° 2, novembre/décembre 1982, p. 54.

[907] Ces genres sont les jeux d'aventure, la science-fiction, les sports, les grands classiques, les jeux de labyrinthes, les jeux de stratégies, les jeux de réflexion et éducatif et enfin les jeux d'action.

[908] « *Tiltoscope* : 300 cartouches, cassettes, disquettes » dans *Tilt*, n° 8, novembre/décembre 1983, p. 89-113.

[909] On relève ainsi : arcade, aventure, stratégie, aventure action, action, réflexe et éducatif, simulation de sport, action stratégie, patience, aventure graphique, réflexe stratégie, aventure semi-graphique, classique, jeux de rôle, simulation automobile, société, flipper, combat spatial, guerre, simulation, chance stratégie, bataille sous-marine, habilité stratégie, jeu de hasard, adresse, combat de char, jugement stratégie, sport, déduction.

[910] Il s'agit avant tout d'expliquer les icônes des tests.

[911] Ainsi, les types observés sont, d'après le premier numéro du magazine : jeux d'arcade aventure, *shoot'em up*, jeux avec pistolet, jeux adoptés de l'arcade, jeux de combat, jeux de plate-forme, simulation de guerre, simulation sportive, jeux de rôle, jeux d'aventure et jeux de réflexion. « *Stop info* » dans *Player One*, n°1, septembre 1990, p. 7 à 12.

Conclusion : différents classements qui montrent l'éclectisme des jeux

A travers ces exemples, on remarque que chaque acteur de l'industrie (et chaque commentateur) réalise ses propres classements, sans tenir compte des catégories déjà en place, mais aussi sans désir d'harmoniser les systèmes de classification. Cependant, ils montrent que les jeux vidéo sont pluriels. Ces différents genres de apportent à ce loisir un visage multiforme. Ils proposent aux joueurs des jeux distincts qui possèdent leur propre univers, mais aussi leur propre façon d'être joués.

Les genres de jeux vidéo se façonnent et se transforment tout au long de notre période d'étude. D'un point de vue chronologique, les premiers à apparaître sont les jeux issus des classiques (échec, carte), les jeux d'action, de sports, puis les jeux d'aventure. Leur avènement s'explique principalement par les goûts personnels des créateurs (pour un sport, pour un thème spécifique, influence du cinéma d'Hollywood), ainsi que par les restrictions techniques des systèmes informatiques. Globalement, tous les genres de jeux se créent, et ils acquièrent une base quasi définitive, entre la fin des années 1970 et le début des années 1990. Au-delà de cette période, il n'y a pas véritablement de nouveaux genres qui sont inventés. Les différentes générations de machines ludiques et les progrès techniques ne favorisent pas l'émergence de catégories inédites. Les principes (de jeux) demeurent à peu de chose près les mêmes, et les types de jeux existants sont « simplement » mis à jour (notamment graphiquement). Soulignons que les créateurs français ne sont pas à l'origine de nouvelles catégories de jeux vidéo. Ces derniers exploitent les genres qui existent, et ils n'ont pas spécialement de préférences pour un type de jeu.

Nous pensons aussi que les genres de jeux ne sont aucunement originaux car ils n'apparaissent pas avec cet univers ludique, et ils ne lui sont pas propres. En effet, le jeu vidéo reprend et informatise ce qui existe dans d'autres domaines culturels et de loisirs. Ainsi, certains genres se calquent sur le cinéma et la littérature, tandis que d'autres comme les sports adoptent les normes établies par la télévision en matière de spectacle et de retransmissions sportives. De même, ils reproduisent le plus fidèlement possible les jeux de société et autres jeux classiques (échec, jeux de carte). En somme, les jeux vidéo ne proposent pas de genres singuliers. Ils

s’intègrent à des bases et à des cadres communs issus des autres industries des divertissements, du culturels et du sports, tout en y apportant une interactivité et le côté multimédia.

Nous allons présentement définir notre propre classement, ainsi que les genres de jeux vidéo s’y rattachant. Nous les avons regroupés dans cinq grandes familles (disposant de sous catégories) à savoir les jeux traditionnels, de réflexions et les titres éducatifs ; les simulations, les jeux de gestion et de sport ; les jeux d’aventure et de stratégie ; les jeux d’action, et pour terminer les jeux en ligne.

b) Les jeux traditionnels, de réflexion, et les titres éducatifs

Les jeux traditionnels, de réflexions, et les titres éducatifs regroupent des programmes ludiques faisant appel à l'attention, à l'intelligence, à l'observation, mais aussi parfois à la présence d'esprit du joueur. Comme le nom de cette catégorie peut le laisser suggérer, elle se compose de trois types de jeux différents.

Les jeux traditionnels

Par jeux traditionnels, nous entendons les logiciels adaptés de jeux de société répandus et connus du public, existant en dehors de l'univers informatique. Ils apparaissent sous une forme électronique dès les années 1950 avec la réalisation, par exemple, de jeux d'échecs ou même d'un jeu de morpion (*OXO*). Le développement de l'informatique familiale et de loisir, à la fin des années 1970 et au début des années 1980, consacre une large place à ces jeux, dans le catalogue des systèmes ludiques en raison de la relative facilité à les programmer[912]. Soulignons que le genre se répand aussi durant cette période à la faveur des magazines spécialisés qui proposent à leurs lecteurs des listes de logiciels en langage *BASIC* à recopier. Parmi les programmes ludiques ainsi publiés, il y a des jeux de pendu, d'anagrammes, de backgammon, de domino ou bien encore d'*Othello*. Dans la catégorie des jeux traditionnels, se rangent également les jeux issus de la télévision comme *La roue de la fortune* ou *Question pour un champion*, ainsi que des jeux de société tels que le *Trivial Poursuit*, le *Scrabble* ou le *Monopoly*. De même, nous y mettons les jeux de flipper dont un certain nombre sont sortis sur ordinateurs durant les années 1980 comme *Macadam bumper*[913], mais aussi les jeux de bowling ou les jeux de billard[914].

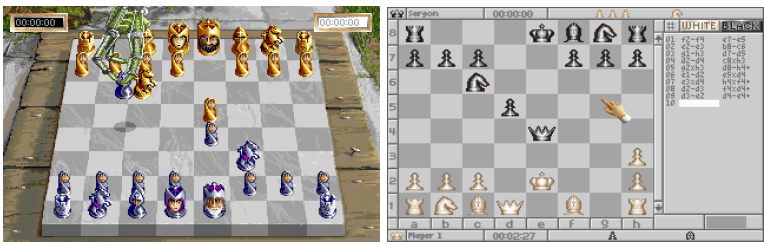
Autres groupes, les jeux provenant des casinos (machine à sous[915], roulette). Ils peuvent être regroupés au sein de titres dont le thème est le casino (dans son

[912] Notamment, ils ne requièrent généralement pas de graphismes très élaborés et à la pointe du progrès.
[913] Sur console, il en existe également mais ils sont beaucoup moins nombreux. L'un des plus réputés se nomme *Devil crush*, sorti sur *PC Engine* et *Megadrive*. Voir annexe jeux p. 114.
[914] Pour cette discipline, une majorité se concentre sur le billard américain mais quelques-uns, émanant principalement de sociétés hexagonales, proposent le jeu dans sa version française tel *Billiard simulator* du studio Ere International sur *Amiga*. Huyghues-Lacour (Alain), « *Billard simulator* » dans *Tilt*, n° 64, mars 1989, p. 50 col. 3.
[915] Particularité du marché japonais, il existe plusieurs adaptations (sur l'ensemble des machines ludiques disponibles) du *Pachinko*. Ce jeu se pratique sur un appareil dont le principe est à la croisée du flipper et de la

ensemble) ou bien être disponible à l'unité, dans des jeux qui se dédient uniquement à l'un d'entre eux, comme les cartes, adaptées de nombreuses fois. Toutes les sortes de jeux de cartes sont réalisées, du poker au black jack, en passant par le bridge, la belote ou le tarot. Notons que l'un des jeux de cartes le plus accessible et l'un des plus pratiqués est le jeu du solitaire, notamment parce qu'il est présent de base au sein du système d'exploitation *Windows* de Microsoft[916] depuis la version 3.0 (avec d'autres jeux simples comme le démineur).

Cependant, le jeu retenant toutes les attentions demeurent les échecs. Les premiers travaux pour les « informatiser » débutent à l'aube des années 1950[917], avec les recherches de Claude Shannon[918] ou celles d'Alan Turing[919] à qui on attribue le premier programme du genre. Domaine d'analyse et de recherche pour de nombreuses équipes de scientifiques[920], le jeu d'échecs est longtemps resté considéré comme impossible à reproduire fidèlement, à cause des très nombreuses combinaisons de coups possibles.

Illustration 2.37: *Sargon V*



Les premiers logiciels grand public débarquent en 1977[921] en même temps que les premiers ordinateurs familiaux tel l'*Apple II*. Pouvant être représentés en deux dimensions ou en trois dimensions, les jeux vidéo d'échecs disposent de

machine à sous. Notons également, par rapport au marché japonais, des adaptations de jeu traditionnel et de société typiquement asiatique comme le Mah-jong ou le Shogi (sorte de jeu d'échec).

[916] *Windows* est le système d'exploitation le plus répandus sur les ordinateurs de type *PC*.

[917] Reysset (Pascal), *Les jeux de réflexion pure*, Paris, PUF, 1995, 127 p. (coll. «*Que sais-je?»)* ; p. 105.

[918] Shannon (Claude) : Petoskey, Michigan, Etats-Unis, 30 avril 1916 - Medford, Massachusetts, Etats-Unis, 24 février 2001. Mathématicien et ingénieur en électronique. http://en.wikipedia.org/wiki/Claude_Shannon

[919] Rappelons que le mathématicien Alan Turing est souvent considéré comme le « père » de l'ordinateur. Cario (Erwan), Le Diberder (Alain), Lanier (Gilles), *L'année du jeu vidéo 2004*, Paris, Calmann-Lévy, 2004, 190 p. ; p. 13.

[920] Meillaud (Jean-Louis), « L'ordinateur et les jeux, grands jeux et petit système » dans *L'ordinateur Individuel*, n° 9, juillet/août 1979, p. 24 col. 2.

[921] Cario (Erwan), Le Diberder (Alain), Lanier (Gilles), *L'année du jeu vidéo 2004*, Paris, Calmann-Lévy, 2004, 190 p. ; p. 14.

bibliothèques d'ouvertures (base de données de coups joués au début de la partie) plus ou moins grande selon l'époque et le media de stockage[922]. Leur vitesse d'analyse et de réponse est également assujettie à la puissance de calcul de la machine concernée[923]. En outre, ils ont un niveau de difficulté variable. Ils peuvent proposer à la fois des modes d'apprentissage pour les débutants, et des parties de grands maîtres à rejouer et à analyser. Précisons que les développeurs de ce genre de titre ne réalisent pas eux-mêmes les algorithmes à la base du jeu (qui servent à faire jouer la machine)[924]. Ils les achètent à des entreprises spécialisées (dans les algorithmes d'échecs), et ils se concentrent alors sur les interfaces entre le joueur et le jeu, les graphismes et le côté sonore. Parmi les titres les plus réputés, nous pouvons citer *Sargon*, *Chessmaster*, *Grand Master Chess*. En outre, l'ordinateur[925] est une machine privilégiée par rapport aux consoles.

La plupart des jeux que nous venons de voir ont la particularité de s'améliorer avec le temps et l'augmentation de la puissance de calcul des ordinateurs ou des consoles de jeux. Ils deviennent de plus en plus fidèles, de plus en plus réalistes, non pas dans un sens graphique mais dans la façon de jouer et dans le comportement de la machine face à l'homme. Toutefois, soulignons que le seul jeu résistant encore quelque peu à l'intelligence artificielle est le go[926], en raison de la très grande diversité des coups possibles, mais aussi à cause de la stratégie de jeu qui peut évoluer sans cesse au cours de la partie. Les adaptations informatiques des jeux traditionnels se démarquent principalement de leur version physique, ou cathodique, en permettant à un joueur de les pratiquer seul et à domicile. Elles possèdent également un côté pratique puisque c'est l'ordinateur qui se charge instantanément de mettre en place la partie. Autre caractéristique de ces jeux (et de

---

[922] Un jeu comme *Battle Chess 4000* sur *PC*, datant de 1994, dispose, par exemple, d'une bibliothèque de trois cent mille coups. Jolivart Bernard, *Les jeux vidéo*, Paris, PUF, 1994, 128 p. (coll. «*Que sais-je?»)*; p. 69.

[923] Une machine comme un *PC 486* cadencé à 66 Mhz peut « réfléchir » à la vitesse de quinze mille coups par seconde. La vitesse de réflexion d'un ordinateur spécialisé de type *Deep Blue* d'IBM se chiffre, à titre de comparaison, en million de coups par seconde. *Ibid.* p. 70.

[924] « *News previews* : Brian Fargo » dans *Joystick*, n° 11, décembre 1990, p. 12 col. 3.

[925] Notons qu'il existe des ordinateurs et des programmes dévolus aux échecs qui ne sont pas destinés au public. Véritables vitrines technologiques pour les sociétés les programmant ou les fabriquant, ils font l'actualité en raison de leur victoire dans des tournois, l'obtention du grade de grand maître, ainsi que des matchs qui les opposent à des professionnels de la discipline. Par exemple, nous pouvons citer l'ordinateur (super calculateur) *Deep Blue* de l'entreprise IBM qui parvient en 1997 à battre Garry Kasparov, alors champion mondial, par deux fois lors de leur match revanche se déroulant en six rencontres.
http://www.research.ibm.com/deepblue/watch/html/c.shtml

[926] Reysset (Pascal), *Les jeux de réflexion pure*, Paris, PUF, 1995, 127 p. (coll. «*Que sais-je?»)* ; p. 108.

ce genre), ils disposent tous de règles susceptibles d'être connues au préalable par les joueurs puisque l'outil informatique n'est pas à l'origine de leur existence. De plus, il n'est pas non plus indispensable à leur pratique.

Les jeux de réflexion

Les jeux de réflexion forment, en revanche, une catégorie qui se compose majoritairement de logiciels ludiques originaux, exclusifs au monde des jeux vidéo, et aux règles propres et inédites. Comme précédemment, les graphismes ne sont pas des plus importants. L'intérêt du jeu repose avant tout sur son principe (généralement simple) et sa jouabilité[927]. Le genre fait appel à l'esprit du joueur, qui se doit d'analyser rapidement les situations se présentant à l'écran[928]. Il prend également en compte son adresse, et il peut provoquer tension et stress lorsque la partie atteint des niveaux élevés[929]. Les jeux de réflexion ne sont pas tous identiques. La classe se compose de plusieurs variantes qui brassent de nombreux thèmes.

Illustration 2.38: *Tetris* et *Puzzle Bobble*



En premier lieu, il y a les jeux dits de puzzle dont le but est de mettre en ordre (selon les règles établies) des pièces ou des objets. Cela peut être suivant une forme géométrique comme dans *Tetris* où il faut réaliser des lignes, ou bien selon une association de couleurs (les rouges avec les rouges notamment) comme dans *Puzzle Bobble* ou *Bejeweled*, ou suivant tout autre figure[930].

[927] Voir lexique p. 7.
[928] D'autant plus que dans certains titres la vitesse augmente après chaque passage d'un niveau.
[929] AHL, « Action/réflexion » dans *Tilt*, n° 85, décembre 1990, p. 84 col. 2.
[930] Par exemple dans le jeu *Zoo Keeper*, il faut associer entre elles, des têtes d'animaux (tout en faisant attention au temps qui défile).

Illustration 2.39: *Marble Madness* et *Lemming's*



En second lieu[931], on observe des jeux dans lesquels le joueur a pour but de conduire un objet, telle une sphère, à travers un décor présentant de multiples dangers. Il doit alors tout faire pour que l'objet qu'il dirige atteigne sans encombre le point final du niveau. Une légère variante existe avec des titres disposant de niveaux qui ressemblent à des jeux d'action avec un ou des personnages à guider. Dans *Lemmings*[932], par exemple, de petites créatures avancent dans le niveau sans faire attention aux dangers. Le joueur doit les guider vers la sortie du niveau en donnant des ordres à certains d'entre eux. Autre exemple, dans *Pikmin*[933] sur *Gamecube*, l'utilisateur est aux commandes de créatures nommés les Pikmins (trois types différents), et il a pour mission de retrouver les débris de leur vaisseau éparpillés dans les niveaux (réalisés en trois dimensions). Enfin, il existe également des titres de style nommé « casse brique »[934] tels *Arkanoid* ou *Break out*, des labyrinthes, ou bien encore des « casse-têtes » (Rubik's Cube, tangram, puzzles).

Illustration 2.40: *Arkanoid*



[931] Jolivart Bernard, « *Les jeux vidéo* », Paris, PUF, 1994, 128 p. (coll. «*Que sais-je?»)*; p. 52.
[932] Voir annexe jeux p. 133.
[933] Voir annexe jeux p. 141.
[934] Dans les jeux de genre « casse brique », le joueur doit casser une rangée de brique alignée en haut de l'écran, au moyen d'une balle rebondissante (sur les côtés de l'écran, sur les briques, sur une raquette balayant horizontalement le bas de l'écran de jeu). Lorsqu'une brique est touchée, elle disparaît. Si la balle touche le bas de l'écran (qu'elle ne peut pas rebondir), le joueur perd un tour. Soulignons qu'à partir de ce principe de base, il peut y avoir quelques variations suivant les jeux.

Apparus dès la fin des années 1970, les jeux de réflexion se développent durant les années 1980 et la décennie 1990. C'est notamment le jeu *Tetris* dans sa version pour la console portable *Game Boy* qui popularise le genre en France, auprès du grand public. S'il se compose essentiellement de titres inédits, il peut néanmoins comporter quelques programmes ludiques qui ne sont pas originaux. Notons qu'à la fin de notre période d'étude, certains jeux de réflexion se présentent à l'écran sous une forme similaire à un jeu de société avec un plateau virtuel qui permet aux joueurs d'accéder à diverses épreuves[935]. L'archétype de ces véritables jeux vidéo de société est la série *Mario Party* de Nintendo.

Les jeux éducatifs

Enfin, terminons par les jeux éducatifs qui possèdent un objectif pédagogique. Ils ont pour postulat de base de faire apprendre aux joueurs, tout en les amusant, et surtout sans leur donner une impression fastidieuse ou de travailler. Ils couvrent une large gamme de matières (essentiellement scolaire), et ils s'adressent à différentes classes d'âge (enfant, adolescent, voire adulte). L'essentiel de ces titres tourne sur ordinateur[936] car la console n'est pas un terrain favorable à ce type de programmes. Ils profitent aisément de la progression technique en devenant toujours plus attrayants[937], en proposant des graphismes chatoyants et élaborés, et en intégrant des doublages. Si certains éditeurs poussent d'avantage le côté ludique, en réalisant, par exemple, de véritable jeu d'aventure, d'autres préfèrent au contraire des programmes plus austères sur la forme, et améliorer le côté éducatif (exercice diversifié, banques de données conséquentes, entraînement intensif). Il faut aussi préciser que ce genre de jeu n'est pas apprécié des joueurs (dans leur ensemble) qui le plus souvent ne les considèrent pas comme des jeux vidéo.

Conclusion : une catégorie qui se rapproche le plus des jeux « classiques »

[935] Même s'il est possible d'y jouer seul, ce genre de titre se destine avant tout à des parties entre plusieurs joueurs. Le plateau virtuel est l'élément central du jeu. Les joueurs se déplacent en lançant des dés (virtuels), et suivant les cases obtenues, ils ont des bonus, des malus, mais aussi et surtout des défis (selon les jeux, les défis peuvent s'enclencher automatiquement à la fin du tour des joueurs). Ces derniers sont généralement des jeux aux principes simples comme, par exemple, une course ou un jeu de ballon.
[936] Soudakoff (Brigitte), « Educatif », dans *Tilt*, n° 85, décembre 1990, p. 112 col. 1.
[937] *Ibid.* col. 2.

Les jeux traditionnels, de réflexions, et les titres éducatifs forment une catégorie de jeux vidéo qui d'une manière générale se rapproche le plus des jeux de société. Elle se compose de logiciels ludiques qui font appel à l'esprit des joueurs, mais aussi de titres faits (et qui prennent toute leur dimension) pour être pratiqués à plusieurs. Sans compter, les adaptations numériques de jeux classiques ou connus du public (carte, jeux télévisés, jeux de société). Les programmes ludiques proposés n'ont généralement pas vraiment de buts à atteindre, hormis ceux de passer différents niveaux de difficulté, de battre son propre score ou ses partenaires de jeu. Sans véritable fin, ils sont les plus à même de maintenir l'intérêt des joueurs une fois le jeu terminé, et donc de les amener y revenir fréquemment[938]. De plus, ils autorisent peut être plus aisément le contrôle du temps de jeu. En effet, s'il est possible de s'adonner à des sessions longues, en raison des défis qu'ils proposent ou de leur structure, ils sont aussi faits pour des parties rapides et courtes. Autres caractéristiques, ce type de logiciels est plutôt simple à prendre en main, et les mécaniques de jeux sont également facilement compréhensibles par le plus grand nombre. En raison de ces éléments, ainsi que de l'absence d'aspects et de thèmes qui ciblent certains profils de joueurs (thèmes guerriers, violents), il s'agit d'un genre séduisant toute sorte de public. Il parvient à attirer aussi bien les joueurs fanatiques que le grand public (dont les non joueurs, les femmes).

[938] Cette capacité est définie sous le terme de « rejouablité » (« *replay value* » en anglais) dans le jargon des joueurs. Voir lexique p. 10.

c) les simulations, les jeux de gestion et les jeux de sport

Seconde famille de notre classification, les simulations, les jeux de gestion, et de sport. Elle comporte des logiciels dont l'intérêt et les mécanismes ludiques reposent sur le réalisme et un mimétisme du monde réel (graphisme, comportement du jeu, de l'intelligence artificielle). Cette catégorie apparaît durant les années 1980 sur les ordinateurs. Globalement, elle se développe davantage sur cette machine parce qu'elle dispose notamment d'une puissance supérieure aux consoles, nécessaire à la réalisation des jeux. D'ailleurs, l'ordinateur est reconnue, hormis pour le sport, comme une plate-forme ludique privilégiée pour ce type de logiciels ludiques. Notons également que les simulations et les jeux de gestion sont souvent pris en exemple par certains acteurs de l'industrie (éditeurs, journalistes) pour montrer la démocratisation des jeux vidéo, leurs bons côtés, et les défendre face à leurs détracteurs.

Les simulations

Le genre simulation vise à reproduire la réalité le plus fidèlement possible. Nous y classons essentiellement les jeux qui proposent aux joueurs de prendre en main un véhicule, hormis les jeux de course que nous mettons avec les jeux de sport[939]. Plusieurs caractéristiques entrent alors en compte pour que les utilisateurs puissent adhérer et reconnaître l'aspect simulation d'un titre ludique. Outre les graphismes[940], les logiciels de cette catégorie doivent proposer une gestion physique et un « comportement mécanique »[941] irréprochable. Ainsi, Ils sont grands consommateurs de ressources ce qui demandent des ordinateurs (*PC*) aux configurations puissantes pour pouvoir fonctionner sans problèmes. Leur qualité est ainsi liée à l'évolution technique du matériel et des machines ludiques. Plus celles-ci évoluent et plus les concepteurs sont à même de proposer au public des simulations toujours plus réalistes.

[939] Notons que l'aspect simulation des jeux vidéo de sport sera traité au moment d'aborder le genre sportif.
[940] Ceci peut aussi inclure des changements de temps : gestion du jour et de la nuit, de la météo.
[941] Jolivart Bernard, *Les jeux vidéo*, Paris, PUF, 1994, 128 p. (coll. «*Que sais-je?»)*; p. 76.

Les simulations sont relativement (suivant les références) difficiles à prendre en main du fait de leur jouabilité qui se veut réaliste, mais aussi par les multiples informations présentes à l'écran (le joueur doit alors se familiariser avec ces indications). Pour les maîtriser, les utilisateurs peuvent compter, en plus de la pratique, sur des notices complètes et des modes de jeux de type entraînement et tutorat[942]. Il faut aussi noter que si ces jeux peuvent se contrôler à l'aide d'un clavier et d'une souris ou d'une manette de jeu, ils prennent toutes leurs dimensions avec des périphériques de contrôle spécifiques. Ces derniers sont la plupart du temps volumineux, et ils reproduisent les dispositifs de direction réels (manche à balais d'avion, contrôle de train, volant). Leur utilisation est censée offrir une immersion plus grande dans le jeu, grâce à une retranscription plus exacte des sensations de conduite des différents véhicules.

Les simulateurs se répartissent en deux types de programmes. D'une part, ceux où il n'y a pas réellement d'objectif à réaliser. L'intérêt du jeu repose alors sur le seul plaisir de « piloter » et de « flâner » à travers les décors. D'autre part, les jeux avec des buts qui bien souvent ont un caractère militaire. Un même titre peut avoir ces deux formes de jeu. Les simulations les plus représentées sont celles qui mettent entre les mains du joueur des trains, des tanks (en vogue au début des années 1990[943]) ou bien encore des sous-marins. Toutefois, la vedette du genre est la simulation aérienne.

Illustration 2.41: *Flight Simulator 2* et *Flight Simulator 2004*



Toutes les sortes d'engins volants sont concernées, des planeurs aux avions militaires, en passant par les hélicoptères, les avions de ligne, et des appareils anciens (début de l'aviation, modèle de la Seconde Guerre mondiale). Au côté de

[942] Le logiciel agit alors comme un professeur.
[943] Hautefeuille (Olivier), « Simulation de tank » dans *Tilt*, n° 85, décembre 1990, p. 98 col. 1.

programmes à vocation purement ludique et aux thèmes guerriers, ayant des titres évocateurs[944] tels que *F19 stealth fighter*, *Fighter Bomber* ou *Chuck Yeager's air combat*, il y a *Flight Simulator*[945], la référence de cette classe de jeux.

Les jeux de gestion

Deuxième famille de notre segment, les jeux de gestion. Avec ces derniers, le joueur a principalement comme objectif de gérer et de faire prospérer l'entité dont il a la charge. Se déroulant en temps réel, ils requièrent une grande attention puisque pour réussir et progresser, il faut élaborer des stratégies, planifier et prendre en compte le « court » et le « long terme ». Les jeux de gestion se jouent à l'aide d'une souris (ou d'un *joypad*) qui déplace un curseur à l'écran. L'interface de jeux à l'écran est chargée car il dispose de nombreux menus. Selon les programmes, des systèmes d'icônes sont intégrés (à l'interface de jeu), afin de proposer directement au joueur un panel de possibilités et d'options (construction d'un bâtiment, affectation de crédit). Les réflexes du joueur ne sont donc pas mis à contribution. Comme pour les simulations, c'est un type de programme beaucoup plus développé sur ordinateurs, et il est perçu comme typique de ce système.

Plusieurs thèmes couvrent le genre dont le plus répandus est peut être l'économie. Tout au long de notre période d'étude, on note la commercialisation de logiciel ludique proposant de gérer une entreprise[946]. Le but est de faire prospérer la compagnie, en tenant compte, bien sûr, de l'économie (concurrence, investissement) mais aussi des ressources humaines (gestion du personnel, conflit, salaire, embauche). Plus ou moins complexe selon les titres, ces jeux peuvent revêtir un aspect « tableur » car ils se constituent uniquement de tableaux et de chiffres. De la même manière, il existe des logiciels mettant le joueur à la tête d'un club sportif et plus généralement d'un club de football. Entièrement dévolu à la gestion, l'utilisateur est à la fois le propriétaire et le gérant devant conduire les affaires (achat/vente des

[944] Hautefeuille (Olivier), « *Challenge* : profession : pilote d'essai » dans *Tilt*, n° 78, mai 1990, p. 92 col. 1.
[945] Si ce logiciel est distribué comme un jeu vidéo, il peut être aussi assimilé à un programme professionnel car certains pilotes l'utilisent pour leur entraînement. Voir annexe jeux p. 122.
[946] Harbonn (Jacques), Hautefeuille (Olivier), « *Dossier* : micro, eco…bobo ! » dans *Tilt*, n° 21, mai 1985, p. 52 col. 1.

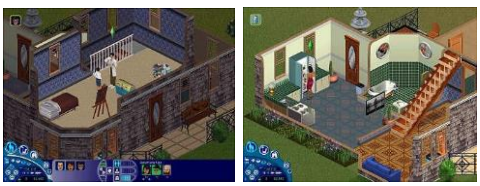
joueurs, salaire) et l'entraîneur (gestion des blessés, stratégies de matchs). Là encore, l'essentiel du programme se déroule à travers des tableaux et des menus.

Illustration 2.42: *Sim City 4*



Autre thème, la gestion d'une ville, apparu avec le jeu *Sim City*[947] dans lequel le joueur se retrouve maire mais aussi urbaniste d'une cité[948]. Les buts sont donc de gérer la mairie et l'agglomération (établissement d'un budget, prévenir les catastrophes, la délinquance, construire des zones d'activités économiques et de loisirs) ainsi que d'attirer la population. La ville évolue au gré des arrivées, passant par exemple d'une simple bourgade à une mégalopole. En outre, des scénarios sont aussi disponibles dans lesquels le joueur devient le maire d'une ville réelle, et où il doit faire face à un problème précis, imaginaire (invasion du monstre Godzilla à Tokyo) ou non (réduire le trafic autoroutier, la criminalité, gestion d'un incident nucléaire). Outre cette thématique urbaine, cette catégorie de jeux peut amener les joueurs à conduire la destinée d'une civilisation, d'un hôpital ou bien encore d'un parc d'attraction. Précisons que les titres ludiques sont faits sur un modèle commun, avec des graphismes animés et des interfaces composées de menus et d'icônes.

Illustration 2.43: *The Sims*



[947] Crée par Will Wright et son entreprise Maxis, le jeu sort en 1989 d'abord sur *Macintosh* et *Amiga* puis sur *PC* et *C64*. Le succès commercial du jeu fait qu'il est par la suite adapté sur d'autres plates-formes ludiques dont les consoles (comme la *Super Nintendo*).
[948] Boolauck (Dany), « *Sim City* » dans *Tilt*, n° 71, novembre 1989, p. 71 col. 3.

Parmi les autres sujets abordés, on observe des titres offrant la gestion d'une carrière musicale tel que dans *Rockstar*[949] ou bien carrément d'une vie virtuelle. Dans ce dernier cas, il s'agit de véritable simulation de vie artificielle dans lequel le joueur doit veiller sur une créature, un groupe de personnage ou un animal. L'un des titres précurseurs dans ce domaine se nomme *Little Computer People*[950] (datant de 1985), tandis que le représentant le plus populaire du genre se nomme *Les Sims*[951] qui permet au joueur de diriger des avatars (homme, femme, enfant) dans leur vie quotidienne.

Les jeux de sport

Dernier genre de notre seconde famille, les jeux de sport dont l'apparition peuvent remonter à *Pong* (considéré par certains comme un jeu de tennis ou de ping pong) et ses différentes variantes[952]. Ce type de jeux est disponible sur l'ensemble des machines ludiques, et il est l'un des plus pratiqués au cours de notre période d'étude. Il compte un grand nombre de disciplines adaptées, parmi lesquelles se trouvent en premier lieu des jeux de balle. Nous pouvons les diviser en deux parties, avec d'une part les sports d'équipes et de l'autre les sports individuels. Les jeux en équipe regroupent des sports tels que le rugby, le volley-ball, les sports américains : basket-ball, hockey (sur glace), base-ball, football américain, ou bien encore la balle aux prisonniers[953]. Parmi ces disciplines, nous pouvons souligner l'absence du handball qui, durant notre période d'étude, ne dispose d'aucune adaptation en jeu, tandis que le « sport roi » demeure le football[954]. Les sports individuels sont constitués entre autre par le golf, la pêche, les sports d'hiver : ski et dérivés (surf des neiges), les sports dit extrême : skate board, bmx, surf, les sports de combat : boxe,

[949] « *Rockstar* » dans *Génération 4*, n° 13, été 1989, p. 121 col. 2.
[950] « *Little Computer People* » dans *Tilt*, n° 35, octobre 1986, p. 53 col. 1.
[951] Apparu en 2000, le titre est édité par Electronic Arts, et il est conçu par l'entreprise Maxis et Will Wright. Il s'agit durant notre période d'étude, du jeu *PC* le plus vendu à travers le monde sur cette plate-forme. Au début de l'année 2002, 6,3 millions de copies ont ainsi été vendues (13 millions si on compte les extensions au jeu original commercialisées par la suite. Walker (Trey), «*The Sims overtakes Myst* » dans *Gamespot.com*, 22 mars 2002, http://www.gamespot.com/news/the-sims-overtakes-myst-2857556?tag=result%3Btitle%3B0
[952] Les variantes de *Pong* sont, par exemple, des jeux de football, basket-ball, hockey ou bien encore de pelote basque.
[953] La balle aux prisonniers est un jeu principalement adapté par les concepteurs japonais.
[954] Parmi les innombrables titres, on peut citer les deux séries références à savoir *Fifa international soccer* d'Electronic Arts) et *Winning eleven* de Konami connu en Europe sous le nom d'*ISS* (*International superstar soccer*) puis *PES* (*Pro evolution soccer*). Voir annexe jeux p. 120 et p. 144.

kick-boxing et quelques art martiaux[955] (judo, taekwondo). Il existe également des jeux d'athlétisme[956] (ayant pour la plupart un thème olympique) dans lequel le joueur peut s'adonner à différentes sortes de courses (100m, haies), au lancé de poids, de disque, au saut à la perche ou en hauteur.

Seconde grande classe de jeux de sport, les jeux de course. Là encore, de nombreuses disciplines sont mises à l'honneur au sein desquelles, nous pouvons citer des jeux d'hippisme (courses de chevaux[957]), de vélo sur route (*Tour de France*) mais les plus répandus se rapportent aux sports mécaniques. Outre le jetski, le kart dont le plus grand représentant est *Mario Kart*, la moto (course, cross), c'est la course automobile qui figure en première place du segment. Toutes les sortes de compétitions sont portées à l'écran, de la formule 1 aux rallyes, en passant par l'endurance ou le grand tourisme. Certains titres proposent une dose d'action dans lesquels il faut, par exemple, poursuivre et attraper une voiture, ou à l'image de *Road Rash* (moto) accidenter et piéger ses adversaires pour terminer la course.

On observe également des sports futuristes qui se basent plus ou moins sur des disciplines existantes et dont le thème peut être commun à la fois aux jeux de balle et de course. Il s'agit le plus souvent de présenter le sport sous un jour différent avec, par exemple, des décors ou des joueurs habillés de manière avant-gardiste. C'est par exemple le cas de *Super Baseball 2020*.

Illustration 2.44: Exemples de jeu futuriste : *Speedball* 2 et *F-Zéro*



[955] Les arts martiaux se retrouvent majoritairement à travers les jeux de combat qui n'ont pas vocation à mettre en scène strictement les combats et les règles de ses disciplines (contrairement aux jeux de sport).
[956] Notons que la jouabilité de ces jeux est assez basique puisqu'elle demande bien souvent au joueur d'appuyer frénétiquement sur un bouton de la manette pour déplacer le sportif à l'écran.
[957] Il faut souligner qu'il existe plusieurs types de jeu de hippisme. Ceux proposant au joueur de courir sur une monture, ceux le mettant dans la peau d'un propriétaire d'écurie (assimilable à un jeu de gestion) ou bien encore des logiciels de type PMU (réalisation de paris).

Certaines règles sont aussi susceptibles de changer, pour faire un jeu un peu plus dur (dans le sens violent) où il est possible de viser l'adversaire afin de le blesser volontairement et de le mettre hors jeu. Pour les jeux de courses, les mêmes ficelles sont utilisées puisqu'en plus des décors, les véhicules adoptent une forme de vaisseaux spatiaux[958] notamment dans *Wipe Out*[959] et *F-Zero*[960]. D'autres concepts montrent enfin des disciplines inventées comme dans *Speedball* qui propose un mélange de handball, de hockey et de football en salle, dans une arène fermée recelant de pièges et de bonus qui facilitent la progression sur le terrain.

Les jeux de sport sont un genre qui selon les époques et le développement technologique, a beaucoup évolué tant visuellement que dans les options de jeu proposés. Graphiquement, les modes de représentation des environnements (stades ou circuits) disposent des changements les plus visibles. Ce qui est avant tout recherché par les concepteurs, c'est une reproduction (fidèle) de la représentation télévisuelle des sports concernés.

Illustration 2.45: Différentes vues des terrains de football



Pour les sports de balles, et notamment le football, plusieurs vues sont testées telles que des vues de profil avec un nombre limité ou non de joueurs gérés à l'écran, des vues de dessus[961], ou bien encore des vues de face ou de dos. Il en est de même pour les jeux de course, avec suivant les époques et les titres, des représentations intégrales du circuit[962], partiels de la route (donnant une impression de longueur au circuit) ou avec un défilement de face. Le joueur a également la

[958] Les engins sont généralement en lévitation au-dessus du sol et ils vont à très grande vitesse.
[959] Voir annexe jeux p. 165.
[960] Voir annexe jeux p. 123.
[961] Comme par exemple dans le jeu *Kick Off* (et sa suite). Voir annexe jeux p. 130.
[962] C'est le cas, par exemple, d'un des tout premiers jeux de course se nommant *Gran Trak 10* et qui date de 1973.

possibilité de choisir entre une vue subjectif (en plein écran, avec ou non une représentation de l'habitacle de la voiture) ou à la troisième personne (voyant son véhicule).

L'arrivée de la troisième dimension permet d'accroître le réalisme, non seulement dans le sens des sensations de jeu et de l'immersion des joueurs, mais aussi par rapport à la modélisation numérique des véhicules et des sportifs[963]. Les éditeurs achètent même les droits des marques, des sportifs ou des clubs pour pouvoir être au plus près de la réalité. Concernant les modes de jeux, là encore, on constate un enrichissement du contenu au fil du temps. Aux simples courses contre la montre (avec ou sans concurrent[964]) et autres matchs d'exhibitions, s'ajoutent des championnats, divers modes d'entraînements, ou même la gestion d'une carrière.

Enfin, soulignons deux grandes tendances qui touchent les jeux de sports : les jeux orientés arcade et ceux lorgnant du côté de la simulation. Les premiers se caractérisent par une prise en main assez simple, dont l'apprentissage est aisé. De plus, ils n'ont pas pour but de respecter scrupuleusement la réalité. Les seconds, par contre, sont exigent, et ils ont une réputation d'être des jeux à la difficulté supérieure. Le joueur doit s'entraîner pour maîtriser correctement le jeu et ses subtilités. Cette différence se ressent également au cœur de la partie avec, par exemple, une conduite délicate qui ne pardonne aucune erreur, ou des scores de matchs représentatifs de la discipline concernée[965].

Conclusion : des genres pour tout public

Le genre des simulations, des jeux de gestion et de sport est une catégorie qui du point de vue de l'audience se rapproche de la famille précédente. Si les joueurs fanatiques sont attirés par ces sortes de jeux, ces derniers sont aussi capables

[963] D'ailleurs, à la fin de notre période d'étude, on note de la part des créateurs (et des éditeurs) une volonté constante de reproduire exactement les hommes et les machines.
[964] Durant la décennie 1980, les jeux de courses possèdent un principe simple et proche de l'arcade : courir le plus vite possible, en évitant les concurrents qui officient plus comme des obstacles. En cas de sortie de route, la voiture se replace et elle repart quelques secondes plus tard. Le joueur est alors pénalisé par une simple perte de temps (par rapport au chronomètre). AHL, « *Challenge* : formule 1 : *Indy 500* vainqueur au scratch » dans *Tilt*, n° 77, avril 1990, p. 74 col. 1.
[965] Par exemple, dans un match de football, le score final ne sera pas important comme peut l'être un score de match de basket-ball.

d’intéresser un public qui n’est pas initié aux jeux vidéo. Cette tendance peut s’expliquer par les thèmes abordés (sans compter la dimension très grand public des sports), l’ancrage des jeux dans la réalité, et la promesse de laisser l’utilisateur prendre en main un véhicule « exceptionnel » (avion, voiture de course). Les logiciels de cette classe sont dans l’ensemble orientés vers des sessions de jeu plus ou moins longues, exceptions faites des sports qui autorisent des parties rapides et courtes. En outre, ils disposent d’une durée de vie conséquente, en raison des objectifs de jeux à atteindre, mais aussi parce qu’ils demandent de la pratique et un certain investissement de la part des utilisateurs pour être maîtrisé. D’autre part, il s’agit de jeux qui font appel aussi bien à leur réflexion qu’à leurs réflexes.

d) Les jeux d'aventure, les jeux de rôle et ceux de stratégie

Troisième type de jeu de notre catégorisation, les jeux d'aventures, les jeux de rôle, et de stratégies. C'est un genre qui met l'accent sur la recherche, l'exploration, la collecte d'objets, la résolution d'énigme, et les dialogues entre des personnages. Il ne fait que peu appel aux réflexes des joueurs. Basé avant tout sur la narration, il aborde différents thèmes comme l'histoire, l'horreur, la science-fiction, le policier mais surtout l'*heroic fantasy* en proposant de nombreux univers à tendance médiéval fantastique. Ces inclinations proviennent directement des jeux de rôles « sur plateau », ainsi que de la littérature de science-fiction et d'*heroic fantasy*. Cette famille de jeux apparaît à la fin des années 1970 sur ordinateur, et elle prospère sur ce système dans un premier temps. D'ailleurs sous nos latitudes, ce segment est considéré comme un genre typique des micro-ordinateurs. Toutefois, les consoles ne sont pas en reste grâce aux productions japonaises qui se développent à partir du milieu des années 1980. Les nombreuses références venues du Japon vont caractériser véritablement le genre sur ce type de système ludique. Il est ainsi coutume de faire la distinction (en parallèle ou en opposition) entre les jeux de rôle ou d'aventure « à la japonaise », et les productions occidentales.

Les jeux d'aventure

Le jeu d'aventure est un genre qui naît sur les ordinateurs universitaires et dont les premiers représentants se nomment *Adventure* (aussi connu sous le nom de *Colossal Cave Adventure*)[966], *Zork* ou *Adventureland*[967]. Ces jeux contiennent déjà les aspects de base de ce type de logiciels, néanmoins ils ne sont que textuels, et ils ne disposent d'aucun graphisme[968]. Les utilisateurs y jouent par l'intermédiaire de

[966] *Adventure*/*Colossal Cave Adventure* est un jeu crée sur *PDP-10* en 1976 par William Crowther, un programmeur de l'entreprise Bolt, Beranek and Newman. Le logiciel est amélioré en 1977 par Don Woods, un étudiant travaillant à Stanford et qui découvre le jeu par hasard. Apparemment, il l'enrichit d'éléments (elfe, troll) provenant de l'*heroic-fantasy* et de l'univers crée par Tolkien dont il est amateur.

[967] Il semble que ce logiciel ludique soit l'un des premiers jeux d'aventure à être commercialisé. Sorti en 1978 sur *TRS-80* (puis sur l'ensemble des ordinateurs huit bits), il s'agit plus ou moins d'une version commerciale d'*Adventure*.

[968] L'absence de graphismes est causée par des restrictions techniques (puissance des ordinateurs), mais aussi peut être par la volonté des créateurs de se rapprocher de la littérature (raconter une histoire) et de coller d'une certaine façon au déroulement des parties des jeux de rôle « sur plateau » (imagination des situations par les joueurs).

phrases simples (verbe et nom) entrées à l'aide du clavier[969]. Les aventures textuelles tombent cependant en désuétude dès le milieu des années 1980, définitivement supplantées par l'aventure dite « graphique ». Notons que ces titres donnent naissance, non seulement aux jeux d'aventure, mais aussi à une sous-categorie, celle des fictions interactives. Ces dernières se retrouvent dans un genre typiquement japonais (présent surtout sur les ordinateurs) appelé le roman visuel (*visual novel*).

Illustration 2.46: Jeu de type roman visuel



Ce type de jeu propose de suivre et de lire une histoire. Il dispose de très peu d'interaction avec le joueur car elle se résume principalement à un choix entre plusieurs réponses à des questions posées durant la partie. En outre, Il se compose essentiellement d'images fixes (parfois sommairement animés). Le style graphique peut être réaliste, mais il s'oriente généralement vers un style employé dans l'animation japonaise et le *manga*.

L'aventure graphique est un type de programme qui apporte au genre des graphismes et donc une représentation visuelle des univers des jeux. A leur introduction par la compagnie On-Line Systems (rebaptisée par la suite en Sierra On-Line[970]), les graphismes sont utilisés simplement pour illustrer les jeux textuels, tel que dans *Mystery Housse* (datant de 1980).

[969] Plus la puissance des machines et des logiciels augmente et plus ces jeux sont capables de comprendre des phrases complexes.
[970] Voir indexe sociétés p. 94.

Illustration 2.47: Aventure graphique



Pouvant être joués à la première personne (vue subjective) ou à la troisième personne[971], ces jeux d'aventure utilisent cependant encore un système de texte. Le joueur réalise diverses actions par l'intermédiaire de l'interpréteur syntaxique du logiciel. Les grandes séries sont alors signées Sierra comme *King's Quest*[972], *Police Quest*[973], *Space Quest*[974] ou bien encore *Leisure Suit Larry*[975].

Ce système de jeu disparaît petit à petit au profit d'un système basé sur des icônes, dont les premières traces remontent à 1984, avec des jeux d'aventure pour le *Macintosh* d'Apple. Ce type d'interface peut se présenter sous la forme d'icônes textuelles ou d'icônes symbolisants graphiquement une action. Il donne naissance au genre « pointer et cliquer » (*point and click*) où le joueur dirige un personnage (visible) au moyen d'une batterie d'icônes et du pointeur de la souris. Pour réaliser une action, il suffit de choisir d'abord l'icône désirée puis ensuite de pointer et de cliquer sur une partie du décor ou sur un objet, pour déclencher ou non une réaction.

Illustration 2.48: Jeux de genre « pointer et cliquer »



[971] C'est-à-dire en dirigeant un personnage visible à l'écran. C'est une innovation qui apparaît avec le jeu *King's Quest* de Sierra en 1984.
[972] Voir annexe jeux p. 132.
[973] *Ibid.* p. 143.
[974] *Ibid.* p. 153.
[975] *Ibid.* p. 132.

L'éditeur Lucasfilm Games[976] incarne le genre avec des titres[977] au nom de *Maniac Mansion*[978], *The Secret Of Monkey Island*[979], *Day of the tentacle*[980] ou bien encore *Full Throttle*[981]. Notons également que certains titres d'aventure, à l'aube des années 1990, adoptent une représentation à la première personne (comme dans *Dungeon Master*[982]).

Avec l'apparition, puis la généralisation de la troisième dimension, les logiciels d'aventure à icônes deviennent obsolètes. Si certains titres tirent profit de la nouvelle donne graphique comme *Myst*[983] (1993), le jeu d'aventure dans son ensemble mute, notamment en s'approchant des jeux d'action avec un mode de contrôle direct du personnage[984].

Illustration 2.49: *Myst*

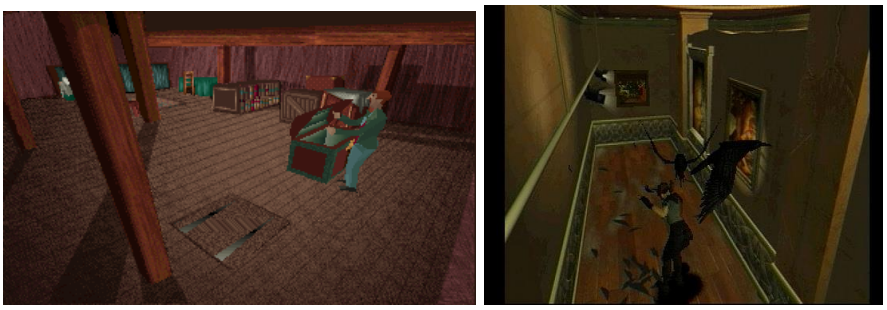


D'autre part, un nouveau genre de jeu d'aventure apparaît, le « *survival horror* » qui s'inspire profondément du cinéma d'horreur (en reprenant ses éléments et ses codes). Le terme apparaît en 1996 avec le jeu de Capcom, *Bio Hazard*[985] (*Resident Evil* en France) mais les prémisses de cette classe de jeux sont visibles au préalable dans quelques titres[986] dont *Alone in the dark*[987], du français Frédéric Reynal (édité en 1992 par Infogrames).

---

[976] Voir indexe sociétés p. 94.
[977] Ces derniers se caractérisent également par un humour omniprésent mais aussi des graphismes au style « *cartoons* ».
[978] Voir annexe jeux p. 135.
[979] *Ibid.* p. 160.
[980] *Ibid.* p. 112.
[981] *Ibid.* p. 123.
[982] *Ibid.* p. 118.
[983] *Ibid.* p. 137.
[984] En appuyant sur la croix de direction de sa manette ou d'un des boutons de la souris (tout en bougeant cette dernière), le joueur déplace son personnage à l'écran. De même, une touche donnée lui permet d'enclencher un mouvement durant un combat (tirer par exemple).
[985] Voir annexe jeux p. 107.
[986] Comme par exemple *Doctor Hauzer* sur *3DO* ou *Sweet Home* (un jeu de rôle datant de 1989 sur *Famicom*).

Illustration 2.50: Jeux de type « survival horror »



Les jeux de rôle

Second avatar du type aventure, les jeux de rôle, aussi connu sous l'acronyme RPG (*rôle playing game*[988]). Ils ont pour vocation d'adapter au milieu informatique, les jeux de rôle « sur plateau ». Très influencé par le jeu *Donjons et Dragons*[989], le genre emprunte à ses homologues de « plateau » leur terminologie[990], certains éléments, ainsi que leurs mécanismes de jeu[991]. Néanmoins, la version informatique du jeu de rôle se différencie par le fait que la fonction de maître de jeu est toujours tenue par le logiciel et non pas par un joueur. Précisons que ce genre de logiciel, en dehors des jeux de rôle en ligne, est plutôt fait pour être joué seul et non pas à plusieurs joueurs comme la version physique du jeu. En outre, le jeu vidéo de rôle est défini strictement[992]. Les règles, l'univers, le scénario et les personnages sont fixés (par les concepteurs) dans le programme, et ils ne peuvent être changés, ce qui n'est pas le cas du jeu de société. Ce dernier est en quelque sorte incomplet[993] afin de laisser aux joueurs, et au maître de jeu, une part de création en inventant leur partie et leur aventure. Pour certains joueurs s'adonnant aux jeux de rôle « sur plateau », le terme « jeu de rôle »[994] n'est pas adapté aux logiciels ludiques notamment en raison de la pauvreté de la personnification des protagonistes virtuels.

---

[987] Voir annexe jeux p. 103.
[988] Ce terme se traduit par Jeu de rôle. Il faut noter que les joueurs passionnés n'utilisent pas l'acronyme français JDR.
[989] Ce jeu de rôle sur table est inventé par Gary Gygax et Dave Arneson en 1974.
[990] Comme par exemple les termes « HP » pour les points de vie ou « MP » pour les points de magie.
[991] Rencontre aléatoire d'ennemis, différentes caractéristiques pour les personnages qui possèdent leurs forces et leurs faiblesses, classes de personnages (guerrier, magicien, voleur).
[992] Caïra (Olivier), *Jeux de rôle : les forges de la fiction*, Paris, CNRS éditions, 2007, 311 p. ; p. 14.
[993] C'est par ailleurs une des caractéristiques distinguant les jeux de rôle (sur table) des autres jeux de société traditionnel.
[994] Caïra (Olivier), « *Jeux de rôle : les forges de la fiction* », Paris, CNRS éditions, 2007, 311 p. ; p. 40.

Les premiers titres apparaissent entre le milieu des années 1970 et le début de la décennie 1980 sur les ordinateurs universitaires tels les logiciels *Dungeon* ou *Rogue*. Les premiers grands titres commerciaux se trouvent sur ordinateur et ils se nomment *Ultima*[995] ou *Wizardry*[996]. Sur console, si l'*Atari VCS* dispose d'un seul jeu de rôle véritable, *Dragonstomper* sorti en 1982, c'est principalement par l'intermédiaire des Japonais que le genre se répand sur cette plate-forme. Il est communément admis que le premier titre japonais du genre est *Dragon Quest* d'Enix[997] commercialisé en 1986 sur Nintendo *Famicom*. Son succès pousse d'autres compagnies à investir le créneau tel Square Soft[998] et sa série *Final Fantasy* (premier numéro en 1987). En France, le genre sur console (contrairement aux ordinateurs) est plutôt délaissé par les constructeurs et les éditeurs. Les références sont peu nombreuses à être commercialisées, et ce type de jeu demeure l'apanage des joueurs fanatiques qui assouvissent leurs goûts avec des jeux édités au Japon et aux Etats-Unis. Cependant, une démocratisation s'observe auprès d'un public plus large à la fin des années 1990 sous l'impulsion de Sony et de la *Playstation*, qui accueille des titres d'envergure (comme *Final Fantasy 7*).

Les jeux de rôle tournent autour d'un récit, aux multiples rebondissements, qui amène le joueur à voyager dans plusieurs lieux (symbolisés ou non par une carte géographique du monde du jeu). En plus de suivre l'histoire principale, il a aussi la possibilité d'effectuer des quêtes dites annexes (qui ne sont donc pas indispensables à son déroulement et à son avancement). La partie se décompose en phase de recherche et de résolution d'énigmes dans lesquelles l'utilisateur visite des villages, des donjons, ou autres endroits (forêts par exemple) et une phase de combat.

Illustration 2.51: Phase de recherche et phase de combat

[995] Voir annexe jeux p. 162.
[996] *Ibid.* p. 166.
[997] Voir annexe sociétés p. 92.
[998] *Ibid.* p. 94.





Cette dernière se déroule selon les titres en temps réel[999] ou bien au tour par tour[1000]. A l'issue de l'affrontement, le joueur obtient de l'argent, des objets mais aussi des points d'expérience qui lui permettent de faire progresser son équipe. Cette progression et la gestion des protagonistes du jeu sont des aspects essentiels du jeu de rôle, et des éléments leur donnant tout leur attrait. Signalons que les systèmes de combat et d'évolution des personnages sont différents d'un jeu à l'autre et même à l'intérieur d'une même série[1001]. Les concepteurs tentent ainsi le plus possible de renouveler leur système de jeu.

Cette catégorie de logiciels ludiques peut être scindée en deux groupes, avec d'une part les jeux venant d'occident et d'autre part les titres d'origine japonaise. Ces derniers se distinguent de leurs homologues occidentaux par un récit plus dirigiste, des personnages imposés aux joueurs, mais aussi une séparation entre le mode exploration et les combats[1002], qui se déroulent le plus souvent au tour par tour.

---

[999] L'avatar du joueur est directement contrôlé par le joueur via sa manette de jeu. Il peut ainsi bouger sur l'aire de combat (tout comme ses ennemis) et c'est l'utilisateur qui, en appuyant sur un bouton (de sa manette), déclenche les coups (qui s'opèrent donc instantanément).

[1000] Dans un système de combat au tour par tour, le joueur et ses ennemis virtuels disposent chacun leur tour d'une manche pour effectuer divers actions (attaquer, se soigner, lancer des sortilèges) durant laquelle la partie adverse ne peut rien faire. L'utilisateur commande son ou ses personnages indirectement par l'intermédiaire d'un menu qui possède plusieurs choix comme attaquer, utiliser la magie, un objet ou fuir. Afin de dynamiser ce système de jeu, certains développeurs ajoutent une contrainte de temps symbolisée par une jauge qui indique au joueur le moment où il va pouvoir avoir la main, ou bien encore par le fait que les ennemis deviennent actifs au bout de quelques instants lors de sa manche. Ainsi, il est poussé à prendre rapidement des décisions ce qui ajoute au combat une pression supplémentaire.

[1001] Notons que suivant les logiciels ludiques, le degré de personnalisation des personnages est plus ou moins important. Certains titres proposent de créer son avatar de toute pièce en début de partie, tandis que d'autres imposent des personnages prédéfinis. Il en est de même pour le choix de sa classe (magicien, guerrier, voleur). Durant le jeu, les protagonistes évoluent, et ils gagnent des niveaux ce qui leur permet de devenir plus puissants (plus de vie, de force, de magie), mais aussi d'utiliser de nouvelles compétences, de nouvelles magies ou de nouvelles armes. Signalons que le système d'évolution fonctionne selon l'acquisition de points (répartition automatique ou manuelle), mais parfois il arrive qu'il se base sur la pratique, c'est-à-dire que l'utilisation répétée d'une épée ou d'une magie rendra l'avatar plus fort et habile avec cette arme ou la sorcellerie.

[1002] Globalement, lorsque le joueur se promène (hors d'un village) dans l'environnement du jeu, il rencontre aléatoirement des ennemies (invisible ou non à l'écran) ce qui à pour conséquence de le faire entrer dans le mode

Illustration 2.52: Jeux de rôle occidental



Illustration 2.53: Jeux de rôle *« à la japonaise »*



Avec l'arrivée du disque laser et de la troisième dimension, les jeux japonais intègrent des scènes en image de synthèse, mais aussi des doublages. Les thèmes abordés et les univers proposés sont faits d'un mélange entre les cultures, le folklore, la littérature asiatique et européenne (époque médiévale, parfois le dix-neuvième siècle) ainsi que d'éléments provenant de l'animation japonaise et du *manga*.

A partir d'une base commune, les jeux de rôle se divisent en plusieurs sous-genres. Représentatif des ordinateurs, les jeux de type « porte-monstre-trésor[1003] » est une sous-categorie orientée vers le combat qui se déroule dans un univers issu de *Donjons et Dragons*. Durant la partie, le joueur se rend dans plusieurs environnements de jeu infestés de monstres qu'il doit battre afin de ramasser des objets et continuer sa route.

Illustration 2.54: Jeu de type « porte-monstre-trésor »

combat à la représentation visuelle différente. Les ennemis peuvent être vus de face (l'équipe du joueur n'est alors pas visible) ou bien alors d'un côté de l'écran, l'autre côté étant réservé à son équipe.

[1003] Le nom anglais (bien plus utilisé par les joueurs) est *hack and slash* (taillader et trancher).



Les combats (en temps réel) peuvent être joués à l'aide d'une interface avec icônes ou directement avec la manette de jeu ou la souris (et le clavier). Une des références se nomme *Diablo*[1004] de Blizzard Entertainment[1005]. Proche de ce type de jeu, les jeux de rôle dit donjon (*dungeon RPG*) se caractérisent généralement par un village unique et des zones de combat à explorer aux alentours. Bien souvent, il s'agit de visiter des endroits fermés (caves ou donjons) plus ou moins gigantesques et créés aléatoirement ou non par le jeu. Les combats peuvent être au tour par tour ou en temps réel.

Illustration 2.55: Jeu de rôle action



Autre genre tourné vers l'action, le jeu de rôle action (l'*action RPG*). Proche du jeu de rôle traditionnel, il se différencie principalement dans le mode de combat qui n'est pas séparé de la phase d'exploration. Les ennemis sont visibles à l'écran (et se déplacent dans les environnements) et le joueur peut les vaincre directement sans passer par des menus[1006]. De plus, dans ce type de jeu, il dirige le plus souvent un

[1004] Voir annexe jeux p. 115.
[1005] Voir annexe sociétés p. 90.
[1006] Cependant, certains titres proposent tout de même des menus pour une sélection d'armes ou de magies. L'action d'attaquer est néanmoins toujours déclenchée directement par le joueur en appuyant sur le bouton de son contrôleur de jeu.

seul héros. Parmi les titres emblématiques, on peut citer la série des *Zelda* ou *Seiken Densetsu* 2 (*Secret of Mana*[1007]).

Illustration 2.56: Jeu de rôle tactique



Plus proche du wargame, le jeu de rôle tactique (*tactical RPG*) est un genre axé également autour des combats mais ceux-ci se déroulent, non seulement au tour par tour, mais aussi dans un environnement vaste et fermé. Le joueur déplace ses unités case par case. En dehors des combats, il y a une phase de gestion des troupes, autorisant par exemple un recrutement de soldats, des changements de classe des personnages, ou l'acquisition de nouvelles armes et autres compétences. Une histoire est de plus omniprésente et quelques logiciels proposent aussi une carte où les déplacements sont limités au choix de telle ou telle bataille. Ce type compte dans ses rangs de nombreuses productions japonaises comme *Ogre Battle*[1008], *Final Fantasy Tactics* ou bien encore la série des *Super Robot Taisen*[1009].

Les jeux de stratégie

Dernier type de jeu de cette catégorie, les jeux de stratégie qui regroupent essentiellement les wargames et les jeux de stratégie en temps réel (ou *STR*[1010]). Ces deux classes de logiciels sont une spécificité de l'ordinateur. A l'image des jeux de rôle, les wargames (sur ordinateur) visent à reproduire en informatique les jeux de guerre sur plateau. Le genre se caractérise par des affrontements entre armées et une gestion des troupes, des choix stratégiques selon les événements et les

[1007] Voir annexe jeux p. 148.
[1008] *Ibid*. p. 139.
[1009] *Ibid*. p. 157.
[1010] STR : Stratégie en temps réel. En anglais, le genre se nomme *real-time strategy* (*RTS*).

conditions de la bataille. L'essentiel des thèmes abordés est d'ordre militaire et historique.

Illustration 2.57: Jeu de stratégie



Pour sa part, le jeu de stratégie en temps réel met également en scène une bataille entre des armées mais, contrairement aux wargames, il n'y a pas de tour par tour et le genre incorpore en plus une gestion des ressources (des hommes mais aussi de l'environnement)[1011]. Ces dernières impliquent la construction d'une base à partir de laquelle le joueur dépêche des unités pour pouvoir explorer la carte, trouver, récolter et amasser des ressources qui lui serviront à produire ou à moderniser son équipement et ses installations. Ce type de programme fait appel, non seulement à la stratégie, mais aussi à la réactivité et aux réflexes des joueurs. Comme il se déroule en temps réel, il faut ainsi être capable de gérer des affrontements localisés sur plusieurs endroits de la carte, tout en veillant à la collecte des ressources. La vision du jeu est globalement large, vue de haut avec des possibilités de se rapprocher de l'action et c'est un genre fait pour être joué à l'aide du clavier et de la souris. Initié en 1992 par le jeu *Dune II*[1012] de Westwood Studios (édité par Virgin Interactive), la stratégie en temps réel aborde principalement des thèmes à tendance historique, fantastique (science-fiction) ou issus de l'*heroic-fantasy*. Les titres les plus représentatifs du genre sont par exemple *Starcraft*[1013], la série des *Warcraft*[1014], celle des *Age of empire*[1015] ou bien encore *Command & Conquer*[1016].

[1011] Selon les jeux, cet aspect est plus ou moins développé.
[1012] Voir annexe jeux p. 118.
[1013] *Ibid*. p. 155.
[1014] *Ibid*. p. 164.
[1015] *Ibid*. p. 103.
[1016] *Ibid*. p. 110.

Conclusion : Un genre très littéraire coupé entre Occident et Orient

Globalement, les jeux d'aventures, les jeux de rôle, et de stratégies représentent une catégorie de jeux vidéo qui s'inscrit dans la continuité des jeux de rôle « sur plateau », qu'elle propose d'adapter au format informatique. Elle en reprend certains mécanismes de jeux, ainsi que les thèmes qui s'inspirent généralement des grandes séries littéraires issues du genre *heroic fantasy*. En cela, nous pouvons dire que cette famille est à la croisée entre les jeux de société et la littérature. Notons que les Japonais réalisent des jeux de rôle qui mélangent ces bases (occidentales), avec leurs propres influences (cultures, animation, bande dessinée). De ce fait, ce type de jeu est souvent divisé en deux grandes familles avec d'un côté les jeux occidentaux, présents davantage sur les ordinateurs, et de l'autre les jeux japonais plutôt spécifiques au monde des consoles. D'une manière générale, les jeux d'aventures, les jeux de rôle, et de stratégies sont des logiciels ludiques dont la durée de vie est conséquente, et qui demandent un certain investissement de temps de la part des joueurs. Ils ne se prêtent donc pas ou peu à de courtes séances de jeu. De même, malgré leur succès, ils n'ont pas le caractère pour attirer un large public. Le genre demeure assez élitiste, et il ne touche qu'une partie des joueurs passionnés. Ainsi, suivant les périodes et les machines ludiques, cette famille de logiciels s'adresse à une frange plus ou moins grande des joueurs. Toutefois, lorsqu'on regarde l'ensemble de notre période d'étude, on peut s'apercevoir que ces jeux font partis d'une famille importante des jeux vidéo, qui ne cesse de se développer et de prendre de l'importance.

e) Les jeux d'action

Notre quatrième classe de jeu vidéo est l'action, que nous décomposons en plusieurs catégories. Ainsi, nous allons étudier les jeux d'action, de musique, de plate-forme, de tir spatial, de combat à progression, de combat (en duel), et enfin les jeux de tir à la première personne. C'est une famille de logiciels ludiques vaste[1017], susceptible de contenir aussi des jeux « hybrides », dévolus à la fois à l'action et à des éléments issus d'autres genres[1018]. Tous ces types de jeux ont pour point commun d'être contrôlés directement par le joueur et de faire appel à sa dextérité et à ses réflexes[1019]. Ils peuvent également être associés à l'arcade et à ses principes, dans le sens où ils sont faits pour être facilement jouables, pour des séances de jeux plus ou moins courtes, et pour procurer un plaisir immédiat.

Les jeux d'action

Les jeux que nous qualifions d'action sont des titres qui proposent au joueur de prendre le contrôle d'un personnage visible à l'écran et de traverser plusieurs niveaux, remplis de pièges à éviter, et d'ennemis à combattre. Les divers mondes visités recèlent d'objets venant renforcer son personnage ou son équipement, mais aussi en fin de parcours, d'un ennemi plus fort que les autres (le « chef » du niveau). En plus des jeux originaux ou adaptés de l'arcade, nous y plaçons aussi les jeux axés sur l'infiltration[1020], et les titres en vue subjective qui se déroulent sur des « rails »[1021].

[1017] Notons qu'elle est parfois utilisée pour classer toutes sortes de jeux comportant la moindre dose d'action.
[1018] C'est par exemple le cas de *Tomb Raider* qui incorpore une dose d'aventure, de *Devil May Cry* qui mélange l'action, l'aventure et le jeu de combat à progression, de *Castlevania* qui possède quelques pièces de jeux de rôle, ou bien encore de *GTA* (*Gran Theft Auto*) qui mêle action et course (automobile).
[1019] Natkin (Stéphane), *Jeux vidéo et médias du XXIe siècle : Quels modèles pour les nouveaux loisirs numériques ?*, Paris, Vuibert, 2004, 144 p. ; p. 8.
[1020] Il s'agit de jeux d'action ayant souvent un thème militaire, dans lequel le joueur doit s'infiltrer dans différents environnements du jeu, en étant le plus discret possible, et sans alerter les ennemis qui se présentent à lui. Le titre le plus représentatif est *Metal Gear Solid*. Voir annexe jeux p. 136.
[1021] Le joueur ne contrôle pas l'avancée de son personnage car le chemin est prédéfini par les programmeurs. Il se contente simplement de tirer (en déplacent une cible) sur les adversaires qui viennent en face de lui. Ces jeux d'action se jouent couramment à l'aide d'un pistolet plutôt qu'une manette de jeux.

Illustration 2.58: Exemples de jeu d'action



C'est un type de jeu qui se rapproche du cinéma d'action et de la série B, aussi bien en termes de mise en scène, que du point de vue des scénarios. Visuellement, les jeux d'action en deux dimensions se déroulent généralement de profil, selon un défilement du décor[1022] (horizontal, vertical, multidirectionnel). Avec l'arrivée de la troisième dimension, ce type de programme s'adapte à la nouvelle donne et il propose alors des logiciels avec un personnage vu de dos[1023].

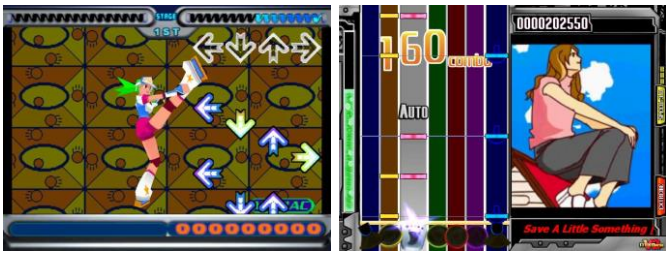
Les jeux musicaux

Les jeux musicaux apparaissent tardivement par rapport aux autres catégories du genre, puisqu'ils émergent dans les salles d'arcade à la fin des années 1990. Cela s'explique par le fait que les jeux sur console deviennent, d'un point de vue des graphismes, de plus en plus proches des titres d'arcade. Pour pouvoir se démarquer, et justifier la pratique du jeu vidéo dans ces salles spécialisées, les concepteurs imaginent des jeux qui se manipulent à l'aide d'un périphérique spécifique et généralement imposant. Ainsi, la musique est un thème qui leur permet d'exploiter plusieurs types de contrôleurs. De cette manière, les jeux musicaux se jouent le plus souvent avec un instrument de musique (guitare, clavier, tambours japonais, tapis de danse). Leurs principes se basent sur une concordance entre le rythme de la musique et les réflexes des joueurs. Ils sont visuellement représentés à l'écran par une sorte de portée musicale qui indique aux utilisateurs ce qu'ils doivent faire comme « notes » (en adéquation avec l'air musical ou la chanson entendus en fond

[1022] Voir lexique p. 6.
[1023] On parle de vue à la troisième personne par distinction des jeux à la première personne (en vue subjective). Dans la seconde moitié des années 2000, les joueurs et la presse spécialisée évoquent de plus en plus le terme de jeux de tir à la troisième personne pour définir ce genre de logiciels ludiques (ils parlent alors de TPS pour *third person shooter*).

sonore). Leur attrait provient aussi de leur programmation musicale, qui peut être faite de thèmes inédits, mais aussi et surtout de chansons connues ou à la mode.

Illustration 2.59: Jeux musicaux



Les jeux de plates-formes

Les jeux de plates-formes sont très proches des jeux d'action tels que nous venons de les définir[1024]. Leur spécificité, mais aussi leur nom, provient du fait que durant la partie, le joueur a recours au saut pour se frayer un chemin à travers les différents niveaux. Il permet de bondir de plate-forme en plate-forme pour atteindre des coins inaccessibles, d'enjamber des précipices, d'éviter ou d'achever des monstres (en leur sautant dessus). Le saut est ainsi une aptitude clé du genre, qui recèle aussi de salles secrètes, de bonus cachés, d'objets à casser ou à collecter (pièces, anneaux).

Illustration 2.60: Jeux de plates-formes



[1024] Ils se déroulent notamment sur des niveaux, avec des « chefs » à la fin de certains d'entre eux. Notons que dans quelques titres à l'image de *Wonder Boy*, le défilement de l'écran est automatique. Ceci oblige le joueur à avancer constamment et à prendre rapidement des initiatives ce qui provoque une tension et une difficulté supplémentaire.

Ce type de programme ludique apparaît au début des années 1980. Les premiers titres sont des jeux à tableau unique où un niveau équivaut à un tableau visible dans son entier qui peut avoir un défilement ou bien encore être représenté de trois quart (« 3D isométrique »). L'archétype du jeu de plate-forme, mais aussi le titre ayant déterminé le genre, est *Super Mario Bros* sur *Nes* (datant de 1985). Avant ce jeu, les logiciels de cette catégorie proposent une jouabilité moins riche et plus simple. Les jeux de plate-forme sont en vogue à la fin des années 1980. Il s'agit d'une famille plutôt orientée vers la deuxième dimension, qui ne s'adapte pas convenablement, sauf exception (comme *Super Mario 64*), à la troisième dimension. Le jeu de plate-forme est généralement associé à des thèmes familiaux voire enfantins, et il a des graphismes généralement colorés, rappelant les « dessins animés ». Il est davantage associé à la console qu'aux ordinateurs. Il s'agit d'un des genres les plus populaires et, durant notre période d'étude, un certain nombre de joueur débute le jeu vidéo avec ce type de jeu.

Les jeux de tir aérien

Le jeu de tir aérien[1025] est un genre historique du jeu vidéo qui naît avant son apparition commerciale[1026]. Cependant, cette catégorie ne se développe réellement qu'à la fin des années 1970 et au début des années 1980, avec notamment le succès d'un jeu tel que *Space Invaders*. Le jeu de tir spatial propose au joueur de diriger communément un vaisseau[1027], dans des niveaux au défilement vertical ou horizontal[1028]. Il est possible de déplacer le vaisseau de haut en bas et de gauche à droite (en plus du défilement de l'écran, donc), et les ennemis arrivent de face (parfois aussi dans le dos du vaisseau du joueur), ou surgissent d'un endroit de l'écran, en tirant des projectiles. Le but est, non seulement d'éviter de se faire toucher, mais aussi de tirer pour détruire les ennemis. Les thèmes abordés sont essentiellement axés sur l'espace, la science fiction, ainsi que la guerre.

[1025] Le jeu de tir aérien est surtout connu sous le terme de *shoot'em up* (descendez-les tous)
[1026] *Space War* est un jeu qui peut être vu comme l'un des premiers (si ce n'est le premier) titres du genre.
[1027] Il arrive parfois qu'au lieu du vaisseau ou d'un avion, le joueur prenne en main un personnage.
[1028] Notons que dans des jeux à la *Space Invaders*, l'écran est fixe. D'autre part, il existe également des jeux où le vaisseau semble se déplacer sur rails.

Illustration 2.61: Jeux de tir aérien



Jusqu'au milieu des années 1990, le genre connaît ses heures les plus fastes, et il est davantage perçu comme un type de jeu pour l'arcade et les consoles[1029]. Toutefois, le genre tombe en désuétude avec l'arrivée de la troisième dimension. Dès la sortie des consoles comme la *Playstation*[1030], le constat est fait que les jeux de tir spatial deviennent rares. Cette nouvelle tendance s'explique alors par la surexploitation de ce type de jeu sur les machines 8 et 16 bits, et la relative difficulté à innover. A la fin de notre période d'étude, ce genre cible ainsi un public de niche, et il compte peu de référence sur les systèmes de jeux en vigueur (*PS2*, *Xbox*, *Gamecube*, *GBA*, *PC*).

Les jeux de combat à progression

Les jeux de combat à progression[1031] sont un type de jeu orienté, comme son nom l'indique, vers le combat, dont l'apparition remonte au milieu des années 1980[1032]. Le joueur dirige un personnage qui affronte plusieurs groupes d'ennemis

[1029] Par rapport aux ordinateurs, la force des consoles et de l'arcade est de proposer des jeux en plein écran, au défilement (de l'écran de jeu) sans ralentissement dans l'animation (ou très peu), et une maniabilité rapide et précise.
[1030] Kuribo, « *Import* : *Raiden Project*, génération 32 bits, la mort des *shoot'em up* » dans *Joypad*, n° 39, février 1995, p. 46 col. 2.
[1031] Les jeux de combat à progression sont aussi appelés *beat'em up* (frappez les tous). Signalons qu'en France, le genre peut être aussi défini par le terme *beat'em all*, qui demeure inconnu des anglo-saxons et des japonais. Il n'est utilisé que par les joueurs de l'hexagone. Son apparition remonte au début des années 1990, et il semble que cela soit une invention de la presse spécialisée suite à l'émergence des jeux de combat en duel, afin de réaliser une différence entre ces jeux et le genre qui nous intéresse présentement. Les jeux combat en duel se font alors appeler *beat'em up* tandis que les autres sont catégorisés sous celui de *beat'em all*. La distinction s'estompe lorsque les jeux de combat en duel obtiennent un terme spécifique pour les définir. Néanmoins, le nom *beat'em all* reste malgré tout, et il tend à remplacer en France le mot *beat'em up*.
[1032] Il est communément admis que le premier jeu du genre se nomme *Spartan X* (*Kung Fu Master* en occident) dont la commercialisation date de 1984. Il jette les bases de ce type de jeux, dont les titres les plus emblématiques sont, entre autre, *Karatéka*, *Renegate* (*Nekketsu Kōha Kunio-kun* au Japon), *Double Dragon*, *Final Fight*, *Golden Axe* ou bien encore *Street of Rage* (*Bare Knuckle* au Japon). Voir : Karguentah (Kim),

(arrivant par vague) au fur et à mesure de sa progression dans les niveaux, dont la fin est marquée par un combat avec un « chef ». Il a le choix au début de sa partie entre plusieurs avatars ayant chacun leurs propres caractéristiques, qui se matérialisent par une panoplie de coups différents (quelques coups basiques et un coup spécial). Tout au long du jeu, il a la possibilité d'obtenir des bonus, mais aussi des armes de poing renforçant la force de frappe de son personnage. Les différentes références de cette classe peuvent se jouer seul ou à deux, et dans ce dernier cas ils autorisent la coopération entre les utilisateurs[1033]. Ces jeux se déroulent en deux dimensions, suivant un défilement horizontal, et ils permettent aux joueurs de se déplacer sur plusieurs plans (aller et venir entre le haut et le bas de l'écran tout en progressant de droite à gauche).

Illustration 2.62: Jeux de combat à progression



Les principaux thèmes explorés sont essentiellement la ville et la délinquance. Le joueur est ainsi plongé en milieu urbain[1034] et il doit généralement traiter avec un groupe criminel (les ennemis sont ainsi des voyous et autres « *punks* »). La finalité des épreuves vise à débarrasser une ville du crime et parfois à délivrer une personne. Tout comme pour les jeux de plates-formes et les jeux de tir aérien, l'arrivée de la troisième dimension bouleverse le genre, qui a du mal à se renouveler et à s'adapter[1035]. Ainsi, à partir des consoles de jeux 32 bits, il y a un

« *Beat'em all*, les chroniques de quêtes ultra-violentes » dans *Gamefan*, n° 7, janvier 2005, p. 82 col. 2 ; annexe jeux p. 154, p. 130, p. 146, p. 117, p. 121, p. 126 et p. 156.

[1033] Cependant, une certaine compétition entre les joueurs n'est pas à exclure (bonus à prendre avant l'autre, tuer le plus d'ennemis pour avoir le maximum de points), sans compter la possibilité dans quelques titres de frapper son partenaire.

[1034] Il existe bien sûr des jeux proposant d'autres thèmes comme *Golden Axe* qui lui est centré sur l'*heroic fantasy*.

[1035] La troisième dimension demande un plus important ne serait ce que pour afficher simultanément un grand nombre d'ennemis à l'écran.

ralentissement, puis une raréfaction des jeux de ce type. Le genre se transforme et se fond dans d'autres catégories comme l'action[1036].

Les jeux de combat (en duel)

Les jeux de combat en duel (aussi connus sous le nom de jeux de « baston ») sont des titres qui proposent des affrontements entre deux combattants[1037]. Ils peuvent être pratiqués seul ou à deux joueurs. Les différentes références proposent aux utilisateurs de choisir son champion, parmi un panel de plusieurs personnages disponibles. Ces derniers possèdent leur propre style de combat, et ils offrent une variété importante d'attaques, de parades et de coups spéciaux. La partie se déroule par tour, généralement au meilleur des deux reprises (celui dont la barre de vie est entièrement vide perd le combat [1038]) et suivant une limite de temps[1039]. Pour effectuer les coups de leurs personnages, les joueurs doivent réaliser au moyen de leur manette de jeux, différentes combinaisons de boutons. Ce principe est à la base de la mécanique du jeu, qui laisse aussi la possibilité de réaliser des enchaînements (appelés « *combo* »). De plus, au fur et à mesure que le genre se développe, des « styles » différents de jeux de combat apparaissent. Ils se démarquent par la façon de déclencher les coups[1040] ou de remplir les jauges de prises spéciales. Le principal thème de cette classe tourne essentiellement autour des arts martiaux[1041].

Illustration 2.63: Jeux de combat en duel





[1036] Nous pouvons noter des jeux comme *Fighting Force*, *Devil May Cry*, ou la série *Dynasty Warriors* (*Shin Sangokumusō* au Japon). Voir annexe jeux p. 120, p. 114 et p. 119.
[1037] La plupart des titres proposent des affrontements à mains nues, néanmoins certains comme *Soul Edge* se concentrent sur des oppositions avec des armes blanches (épées, bâtons, nunchaku).
[1038] Plus il se prend un coup et plus elle se vide.
[1039] Il est possible de régler à sa convenance dans les options le nombre de reprises et le temps (ainsi que la difficulté de l'adversaire).
[1040] Par exemple soit en appuyant simplement sur une suite de boutons soit en associant la croix de direction et un ou deux boutons. De même, la garde de son personnage peut être déclenchée en appuyant sur un bouton ou sur la croix ou bien être gérée automatiquement.
[1041] Notons que si la plupart de ces jeux se veulent réalistes, ils ne sont absolument pas des simulations.

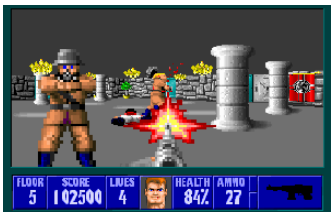
C'est au milieu des années 1980 que le genre se construit[1042]. Cependant, les premiers titres de combat ne proposent pas de choix entre plusieurs combattants, et ils s'apparentent davantage à des jeux de combat à progression, qui fonctionnent sur le principe de duels. Le jeu qui popularise le genre combat (en duel) auprès du public est *Street Fighter II* de Capcom, sorti en arcade en 1991. Ce titre devient une référence qui fixe les règles et les principes de cette famille, et par l'intermédiaire de laquelle ce type de jeu se caractérise. Il instaure notamment le principe des enchaînements de coups, ou la sélection, pour les joueurs, de leur personnage ou de l'arène de combat de leur choix. A la suite du succès de *Street Fighter II*, de nombreux titres de combat sont commercialisés (notamment par la société SNK), et une mode de ce style de jeu s'empare de l'industrie, mais aussi des communautés des joueurs. En 1993, Sega présente dans les salles d'arcade *Virtua Fighter*[1043], le premier jeu de combat en trois dimensions. Dès lors, il y a deux types de jeux de combat. Ceux en trois dimensions qui connaissent un engouement à mesure que cette sorte de représentation devient la norme dans les jeux vidéo, et les autres en deux dimensions. Ces derniers se destinent peu à peu à une population plus restreinte et passionnée du genre combat.

Les jeux de tir à la première personne

Enfin, terminons cette évocation des jeux d'action par les jeux de tir à la première personne (ou en vue subjective)[1044]. Ils émergent au début des années 1990[1045] avec *Wolfenstein 3D*, puis *Doom*, deux jeux de la société ID Software[1046]. Avec ce genre, le joueur se retrouve dans la peau du personnage qu'il incarne. Le corps de l'avatar à l'écran n'est pas visible, hormis sa main tenant une arme qui sert à se défendre [1047]. Les différents niveaux sont représentés en trois dimensions et ils peuvent revêtir un aspect de labyrinthe.

[1042] Ses premiers représentants se nomment *Karate Champ*, *Yie Ar Kung-Fu*, *The Way of the Exploding Fist*, ou bien encore *Budokan: The Martial Spirit*. Voir annexe jeux p. 130, p. 167, p. 161 et p. 108.
[1043] Voir annexe jeux p. 164.
[1044] Ces jeux sont aussi connus sous l'acronyme FPS (*first person shooter*).
[1045] Toutefois, les prémices du genre peuvent se voir dans quelques jeux (tels que *Maze War* et *Spasim*) conçus durant les années 1970 sur les ordinateurs universitaires.
[1046] Voir : annexe jeux p. 116 et p. 166 ; annexe société p. 93.
[1047] Il s'agit presque toujours d'arme à feu (réaliste ou non).

Illustration 2.64: jeux de tir à la première personne





En outre, ils sont le plus réaliste possible d'un point de vue graphique. Les scénarios abordés ne sont pas toujours un point crucial du programme, car ils peuvent simplement faire office de prétexte à l'action. Les thèmes évoqués sont essentiellement centrés sur la science fiction, le fantastique, et la guerre (guerres historiques ou fictives). Le jeu de tir à la première personne est un type de jeu attaché aux ordinateurs, dont la maniabilité (au clavier et à la souris) est d'ailleurs étudiée pour ces systèmes. Ils sont pensés, d'autre part, pour le jeu à plusieurs[1048], et ils proposent ainsi des modes de jeux spécifiques (coopération des joueurs ou affrontement). Il s'agit d'un type de jeux plutôt destinés aux joueurs fanatiques, qui est également fréquemment utilisé pour les compétitions de jeux vidéo, et le jeu en ligne sur Internet. Cependant, en raison des thèmes abordés, et de la représentation graphique (réalisme, vue subjective) de ces logiciels ludiques, cette famille concentre les attaques portées envers les jeux vidéo, et notamment les critiques liés à la violence.

Conclusion : un genre de jeu instantané et immédiat

Les jeux d'action constituent un groupe phare des jeux vidéo que l'on retrouve majoritairement au sein des ludothèques des machines ludiques. Il s'agit du genre peut-être le plus représentatif de ce loisir pour les publics néophytes, et l'un des plus apprécié chez les joueurs passionnés. C'est donc un type de jeu très pratiqué qui propose globalement des concepts simples à comprendre et un plaisir de jeu rapide. Les jeux de cette classe ont une durée de vie plus ou moins longue et une difficulté plus ou moins importante (cette dernière suit les évolutions du secteur). Le genre

[1048] Le jeu à plusieurs se pratique aussi bien en réseau local, c'est-à-dire que les joueurs et leurs machines se trouvent dans une même pièce, qu'en réseau distant, par l'intermédiaire d'un réseau informatique comme Internet par exemple.

démontre instantanément l'étendu du potentiel de ces nouveaux jeux issus de l'informatique, notamment en ce qui concerne l'interaction avec l'image et l'écran de jeu.

e) Les jeux en ligne

Dernier genre de notre catégorisation, les jeux en ligne. Ils ont pour principe de base de permettre à plusieurs joueurs de s'adonner en même temps et à distance à un même jeu. Pour ce faire, ils utilisent des réseaux informatiques dont les données transitent généralement chez les joueurs par l'intermédiaire du réseau téléphonique ou même du réseau câblé de la télévision. Ainsi, afin d'accéder au jeu en ligne, les utilisateurs doivent se connecter au réseau de jeu, en raccordant leur console ou leur ordinateur au moyen d'un accessoire appelé le « modem »[1049].

Deux types de jeu en ligne

Ce type de jeu concerne potentiellement toutes les catégories que nous avons vues précédemment, même si certaines sont plus adaptées que d'autres. En outre, il n'est pas homogène car il comprend deux grands principes. D'un côté, le jeu en ligne peut être une simple option présente dans certains jeux, en plus des composantes habituelles (mode scénario, mode deux joueurs). La partie en ligne est alors créée pour un temps limité (pour la durée de la session de jeu et suivant les règles de fonctionnement de ce dernier). C'est le cas, par exemple et le plus souvent, pour les jeux de tir en vue subjective ou les jeux de stratégies en temps réel.

D'un autre côté, il existe des jeux qui exploitent un monde qualifié de persistant, c'est-à-dire qu'il subsiste de manière permanente sur des serveurs informatiques[1050]. De cette manière, l'univers du jeu et la partie en ligne sont indépendants des joueurs, qui ne les créent pas lorsqu'ils se connectent ou allument leur machine ludique. Généralement accessible après un paiement[1051], et jouable uniquement lorsque

[1049] Voir lexique p. 9.
[1050] Il s'agit des serveurs informatiques misent en place par l'éditeur spécialement pour gérer le jeu et son univers.
[1051] Après avoir acheté son jeu, l'utilisateur doit encore s'acquitter d'un paiement pour avoir le droit d'entrer dans ce monde virtuel. Ce véritable abonnement au jeu est généralement mensuel, et lorsqu'il n'est pas renouvelé, il n'est alors plus possible de jouer. D'autres modèles économiques apparaissent comme des jeux en ligne massivement multijoueur entièrement gratuit ou bien alors, notamment en Asie, des jeux jouables gratuitement mais qui invitent fortement l'utilisateur à acheter divers objets pour personnaliser son avatar virtuel ou utiles sa progression dans le jeu.

l'utilisateur est connecté au réseau informatique[1052], ce type de jeu en ligne est prévu pour fonctionner avec plus d'une centaine de joueurs simultanément. C'est la raison pour laquelle il est aussi qualifié de « massivement multijoueur ». L'interaction entre les personnes (évoluant avec un avatar virtuel qu'ils ont eux-mêmes façonné) fait la force et la richesse de ces logiciels. Une grande majorité des jeux au monde persistant et « massivement multijoueurs » sont des jeux de rôle[1053].

Illustration 2.65: Jeux de rôle massivement multijoueurs



L'émergence du jeu connecté

Le jeu en ligne tel que nous venons de le définir est opérationnel à partir de la seconde moitié des années 1990. Cependant, cette façon de jouer apparaît dès le milieu des années 1970, au sein des universités où la plupart des jeux créés par les étudiants sont disponibles sur les réseaux des établissements et sont jouables à plusieurs[1054]. En France, le jeu en ligne émerge durant les années 1980, et il

[1052] Aucune option du titre ne permet de s'adonner au jeu sans être connecté. De ce fait, quand il y a un problème de connexion chez l'utilisateur ou une maintenance des serveurs informatiques de l'éditeur, il devient inaccessible (et il est donc impossible de jouer). L'un des grands problèmes de ce type de jeu en ligne intervient lorsqu'un éditeur décide de cesser l'exploitation commerciale d'un de ces logiciels ludiques. Celui-ci disparaît faute de pouvoir être joué. Ne reste plus alors que le support physique du titre.

[1053] D'autres genres exploitent les jeux massivement multijoueurs mais en comparaison des jeux de rôles, ils sont moins nombreux et ils possèdent un nombre plus restreint de joueur s'y adonnant. Remarquons aussi l'existence de mondes virtuels persistants qu'on ne peut classer véritablement dans le jeu vidéo car ils ne proposent pas de buts, de quêtes à accomplir, ou de progression de personnages. C'est le cas par exemple du *Deuxième Monde*, un titre réalisé par Cryo Interactive pour le compte de Canal + Multimédia (filiale de la chaîne de télévision). Commercialisé en 1997, il propose aux utilisateurs d'évoluer dans une modélisation virtuelle de Paris (la ville est reconstituée en trois dimensions).

[1054] Une majorité de ces programmes ludiques sont dépourvus de graphismes (les parties se déroulent uniquement en mode texte). A la fin des années 1970, un type de jeu en ligne nommé « donjon multi-utilisateur » (de l'anglais MUD pour *multi-user dungeon*) apparenté au jeu d'aventure et de rôle, gagne en popularité dans les facultés. Ichbiah (Daniel), *Bâtisseurs de rêve : enquête sur le nouvel eldorado des jeux vidéo*, Paris, First Documents, 1997, 430 p. ; p. 403.

concerne uniquement les ordinateurs[1055]. Nous avons répertorié deux manières pour l'utilisateur d'y accéder. Ainsi, il peut se connecter à un serveur dédié en utilisant un « modem » et un logiciel de communication adapté[1056], ou bien alors passer par le réseau Minitel[1057], dont la disponibilité effective auprès du public date de 1982. Ces deux types d'accès sont similaires. Ils sont payants[1058], mais en plus ils proposent le même genre de services.

Ces derniers prennent la forme d'une messagerie, de « forums » de discussion, d'actualités, mais aussi de jeux. Dans le cadre ludique, en plus du jeu à plusieurs[1059], l'utilisateur peut aussi avoir accès à des téléchargements (jeux ou éléments de jeu), à des concours en ligne, ou à une base d'astuces pour les programmes ludiques. En ce qui concerne la qualité des jeux proposés, si certains sont de bonnes factures, une majorité de titres demeure assez médiocre, notamment sur le Minitel[1060]. Les raisons de cette absence de qualité proviennent essentiellement des limitations techniques et de la lenteur de transmission des données (informatiques).

Globalement, ces services connectés sont une première étape qui familiarise le public aux possibilités de ce qu'on peut appeler « l'informatique en ligne ». Les jeux vidéo s'intègrent à ces nouvelles offres de communications et de loisirs, dont l'apparition et le développement en France sont à mettre aussi en parallèle de

[1055] Il faut souligner qu'aux Etats-Unis et au Japon, les constructeurs de console comme Atari, Sega, ou Nintendo testent ce nouveau domaine, en lançant des offres de jeux et de services en ligne. Toutefois, elles semblent toucher un public restreint et leur succès est de ce fait limité.

[1056] Mousseau (Jean-François), « *Et pratique* : branchez-vous ! Comment et où se connecter ? » dans *ST mag*, n° 1, septembre 1985, p. 33 col. 1.

[1057] Précisons que l'accès au réseau Minitel peut se faire grâce au terminal homonyme ou bien encore par l'ordinateur, avec un programme spécifique et le modem.

[1058] Généralement, il faut payer soit un abonnement au service désirée, soit s'acquitter du prix des communications locale (plus l'utilisateur reste connecté et plus cela coûte cher), voire dans certains cas des deux (combinaison d'un abonnement plus des communications locales). Par exemple, l'abonnement au serveur dénommé Futura coûte 150 francs (23 euros) pour six mois d'utilisation. En ce qui concerne le réseau Minitel, le serveur Funitel, qui pour *Tilt* est le premier serveur vidéotex de jeux et de divertissements, vaut 150 francs (23 euros) par an en plus d'une avance de six heures de communication (soit 90 francs/14 euros, ce qui fait alors l'heure de jeu à 15 francs/2 euros). Voir : Mousseau (Jean-François), « *Et pratique* : branchez-vous ! Comment et où se connecter ? » dans *ST mag*, n° 1, septembre 1985, p. 33 col. 1 ; « *Tilt journal* : nuit brûlante sur Funitel, le Minitel se dévergonde » dans *Tilt*, n° 19, mars 1985, p. 6 col. 1.

[1059] Notons qu'un jeu comme *Navytel* qui met en scène des navires, permet à quelque trois cents joueurs d'évoluer en même temps dans une partie. « Objectif réseau » dans *Tilt*, n° 69, septembre 1989, p. 25 col. 3.

[1060] Les jeux disponibles sur Mintiel ont une réputation de médiocrité. Ils sont jugés comme « lent, ennuyeux et dépourvu d'humour ». En outre, il s'agit essentiellement de jeux classiques comme le black jack, des puzzles, la roulette russe ou des jeux de logique. Néanmoins, il peut y avoir des exceptions, comme sur le serveur Minitel de l'éditeur français Infogrames qui propose un jeu dans lequel les utilisateurs peuvent faire des alliances et combattre d'autres joueurs. Voir : « *Tilt journal* : mini mini Minitel » dans *Tilt*, n° 29, mars 1986, p. 22 col. 1 ; F.S., « *Tilt journal* : bingo » dans *Tilt*, n° 50, janvier 1988, p. 17 col. 3.

l'exploitation du Minitel. Toutefois, il s'agit de prémices limitées aussi bien en termes d'audience, de contenus, que d'un point de vue technique. Le décollage de ce genre de services (dont le jeu en ligne) intervient à la fin des années 1990 et au début des années 2000, avec la démocratisation (auprès du public) du réseau Internet[1061].

Le développement d'Internet : une nouvelle étape pour le jeu en ligne

Ce développement dépasse le simple cadre des jeux en ligne, et il équivaut d'une certaine façon à celui de l'informatique au début des années 1980. De cette manière, le début du 21e siècle voit un accroissement du nombre d'utilisateurs d'Internet. Ainsi, selon l'INSEE[1062], sur la période allant de 1995 à 2005, il passe de 150 000 personnes à 26 millions d'individus[1063]. Il en est de même pour le nombre de ménage qui se connecte depuis leur domicile. En 2004, 68% des ménages équipés d'un ordinateur ont un accès à Internet à domicile (soit un tiers des ménages), contre 28% en 1996[1064]. D'un point de vue des abonnements à Internet, leur nombre quadruple entre 2000 et 2005, passant de 3,1 millions d'abonnés à 13,1 millions[1065].

Graphique 2.3: Evolution de l'équipement des ménages et du taux d'accès à Internet[1066]

[1061] Le réseau Internet se démocratise auprès du public au début des années 1990 aux Etats-Unis, et en France dans la seconde partie de cette décennie, notamment en raison de la concurrence (et de la promotion) du réseau Minitel. Notons d'ailleurs que durant les années 1980, des chercheurs de l'INA, du TITN (Traitement de l'information et des techniques nouvelles) et du Centre de communication d'étude de télédiffusion et des télécommunications travaillent sur « l'audiovideographie interactive », une technologie qui associe la vidéo et le son, et qui est alors perçue comme la probable évolution du Minitel. Sagot (Gildas), *Jeux de rôle : tout savoir sur les jeux de rôle et les livres dont vous êtes le héros*, Paris, Galimard, 160 p. ; p. 98.

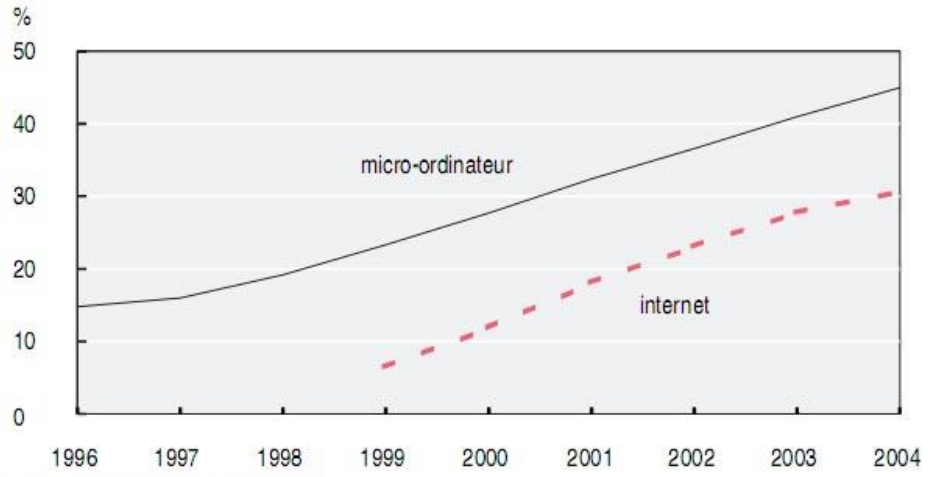
[1062] Arthaut (Régis), « La consommation des ménages en TIC depuis 45 ans » dans *INSEE Première*, n° 1101, septembre 2006, p. 1 col. 1. http://www.insee.fr/fr/themes/document.asp?reg_id=0&ref_id=ip1101

[1063] Précisons qu'il s'agit des usagers qui accèdent à Internet quelque soit le lieu (travail, domicile). Pour donner d'autres chiffres montrant cette augmentation, on peut également indiquer qu'en 2004, 31% des ménages ont accès à Internet, soit cinq fois plus qu'en 1999 (il n'est pas précisé s'il s'agit de la part des connectés ou ceux qui ont une possibilité de ce connecter à domicile). Frydel (Yves), « Un ménage sur deux possède un micro-ordinateur, un sur trois à accès à Internet » dans *INSEE Première*, n° 1011, mars 2005, p. 1 col. 1. http://www.insee.fr/fr/themes/document.asp?reg_id=0&ref_id=ip1011

[1064] Une autre étude de l'INSEE montre qu'en dix ans, entre 2000 et 2010, la proportion des ménages qui déclarent posséder un accès à Internet à la maison passe de 12% à 64% (soit deux tiers des ménages). Précisons que le chiffre de 2010 semble être global et ne pas se restreindre aux seuls détenteurs d'ordinateurs. Voir : *Ibid.* col. 3 ; Gombault (Vincent), « Deux ménages sur trois disposent d'Internet chez eux » dans *INSEE Première*, n° 1340, mars 2011, p. 1 col. 1. http://www.insee.fr/fr/themes/document.asp?ref_id=ip1340

[1065] Arthaut (Régis), « La consommation des ménages en TIC depuis 45 ans » dans *INSEE Première*, n° 1101, septembre 2006, p. 1 col. 1. http://www.insee.fr/fr/themes/document.asp?reg_id=0&ref_id=ip1101

[1066] Frydel (Yves), « Un ménage sur deux possède un micro-ordinateur, un sur trois à accès à Internet » dans *INSEE Première*, n° 1011, mars 2005, p. 2 col. 2.
http://www.insee.fr/fr/themes/document.asp?reg_id=0&ref_id=ip1011



Champ : ensemble des ménages.
Source : Enquêtes permanentes sur les conditions de vie de 1996 à 2004, Insee

Précisons qu'il y a, comme le montre les données du graphique ci-dessus, une corrélation entre le taux d'accès à Internet et la progression de l'équipement des ménages en ordinateur[1067]. En d'autres termes, la démocratisation du réseau Internet s'accompagne, se nourrit, et elle alimente en parallèle ce nouveau mouvement qui voit les ménages se doter d'ordinateurs personnels.

Pour en revenir spécifiquement au jeu en ligne, si cette pratique ludique justifie l'utilisation d'Internet et montre le potentiel de ce réseau, en revanche elle ne croît pas aussi rapidement que le nombre « d'internautes » (y compris au sein de la population des joueurs)[1068]. Par rapport aux autres pratiques en ligne comme la consultation du courrier électronique, la discussion sur les forums ou par messagerie instantanée, le téléchargement, ou la recherche d'informations, le jeu « connecté »

[1067] Début 2004, 45% des foyers possèdent un ordinateur à domicile. C'est trois fois plus qu'en 1996. En termes de population, c'est 55% des individus qui ont accès à un ordinateur à la maison. Frydel (Yves), « Un ménage sur deux possède un micro-ordinateur, un sur trois à accès à Internet » dans *INSEE Première*, n° 1011, mars 2005, p. 1 col. 1. http://www.insee.fr/fr/themes/document.asp?reg_id=0&ref_id=ip1011

[1068] Attirons l'attention sur le fait qu'au début des années 2000, il existe une similitude entre le profil des joueurs passionnés et les utilisateurs d'Internet, qui sont principalement des jeunes, mais aussi des individus de sexe masculin. Dans le cas d'Internet en 2001, selon une étude de l'Observatoire des Usages Internet de Médiamétrie, les jeunes de moins de 25 ans représentent 40% de la population internaute en France, tandis que les femmes ne sont que 24% (moins d'une femme sur quatre) à s'être connectée au cours du dernier mois de l'année. En ce qui concerne le profil des joueurs, nous y consacrons un paragraphe de la thèse. « 2001-2010 : De 16 à 38 millions d'internautes en France » dans *AFJV.com*, 21 février 2011, http://www.afjv.com/press1102/110221_etude_internet_seniors.php

s'avère être même un usage plutôt mineur[1069]. En 2002, selon l'institut GFK[1070], les joueurs en ligne représentent 5% de ceux qui pratiquent le jeu vidéo sur ordinateur, et 2% des utilisateurs de consoles. Plusieurs raisons peuvent venir expliquer la faiblesse de cette nouvelle façon de jouer telles que le manque de jeux attractifs, ou le surcoût engendré par l'abonnement requis. Cependant, le principal obstacle réside dans le type de connexion à Internet.

En effet, jusqu'en 2000, le genre de forfait principalement proposé (au grand public) par les fournisseurs d'accès à Internet est dit « bas débit » en raison de la vitesse limitée de la circulation des données[1071]. En outre, l'abonnement est soit limité à un forfait d'heures de connexion, soit il est permanent mais avec paiement des communications locales. Ce type de souscription n'est pas adapté au jeu en ligne, qui demande des temps de réponses courts, et donc une circulation rapide des données entre les serveurs informatiques de jeu et l'ordinateur de l'utilisateur. A partir de 2001, les fournisseurs d'accès à Internet lancent véritablement pour le public[1072] des forfaits dits « haut débit » à travers la technologie ADSL[1073] (mais aussi et dans une moindre mesure par le câble) qui permet des échanges beaucoup plus rapides. Surtout, les forfaits associés à ce type de connexion ne disposent d'aucune restriction de temps ou de volume téléchargé. Ainsi, ils sont plus en phase avec les besoins du jeu en ligne[1074] et c'est sur leur base que les joueurs adoptent progressivement cette pratique, et cette nouvelle façon de jouer[1075].

[1069] La majorité des études au début des années 2000 sur les pratiques et les habitudes des français sur Internet ne prennent généralement pas en compte le jeu en ligne. De ce fait, il n'est pas aisé d'établir des comparaisons. Toutefois, nous observons que les éléments que nous avons donnés en exemple sont presque toujours cités comme les usages les plus répandus sur Internet. Selon une enquête de Mediametrie sur Internet en France en 2003, les principales applications utilisés par les utilisateurs du réseau sont le navigateur (ce qui permet la recherche d'informations, ou la participation à des forums), l'utilisation des messageries instantanées, des lecteurs audio/vidéo et des logiciels d'échanges de fichiers. De plus, cette année là est marquée par le développement du commerce en ligne (la croissance du commerce en ligne est 2,5 fois plus rapide que celle de la population internaute). Ainsi en décembre 2003, 8,3 millions de personnes ont déjà effectué un achat en ligne. « L'année de l'Internet 2003 » dans *AFJV.com*, 26 décembre 2006, http://www.afjv.com/press0403/040316_mediametrie.htm

[1070] Croitoriu (Michaël), Pasamonik (Didier), *Les jeux vidéo expliqués aux parents*, Paris, Editions Marabout, 2002, 160 p. ; p. 16.

[1071] Ajoutons que l'utilisation d'Internet par ce moyen bloque la ligne téléphonique de l'usager.

[1072] Avant cette date, des offres sont disponibles mais elles demeurent chères et elles visent davantage les professionnels que le public familial.

[1073] ADSL (Asymmetric Digital Subscriber Line) : liaison numérique à débit asymétrique. Voir lexique p. 4.

[1074] D'un point de vue général, ces forfaits « haut débit » répondent à une demande des consommateurs (notamment grâce à la notion d'illimité). Ils rencontrent rapidement l'adhésion du public, et ils permettent en plus d'accroître la diffusion d'Internet dans la société. De cette manière, ce type de connexion connaît une croissance importante à la fin de la période que nous étudions, plus précisément durant les années 2002 et 2003.

Des jeux davantage liés aux ordinateurs qu'aux consoles

L'ordinateur se révèle, durant la période étudiée, la principale machine pour le jeu en ligne, notamment en raison de son disque dur qui permet de conserver les données, les correctifs, et les éléments supplémentaires des jeux. Les consoles sont en retrait sur ce genre ludique. En France, seuls deux constructeurs (de consoles) s'engouffrent réellement dans le domaine au début des années 2000, en mettant en place un service de jeux connectés, et en axant leur communication sur ce dernier. La première expérience revient à Sega qui propose en 1999 avec sa console *Dreamcast* un « modem » et un portail en ligne. La seconde est à mettre au crédit de Microsoft et à son service *Xbox Live* lancé en France en mars 2003 pour la console *Xbox*. Néanmoins, ces tentatives reçoivent un accueil mitigé. Pour Sega, en 2000[1076], sur 180 000 possesseurs de la *Dreamcast*, 62000 personnes sont connectées au service en ligne. Celui-ci n'obtient pas le succès escompté en raison des limitations de la connexion (uniquement en « bas débit »), et donc du coût pour jouer (pas de forfait), ainsi que du nombre de titres disponibles sur le marché compatibles avec Internet[1077]. En ce qui concerne Microsoft, malgré une volonté de rendre les options en ligne incontournables, les joueurs se montrent réticent à payer un abonnement (pour ce cas à l'année) pour s'y adonner[1078].

Ainsi, la part des foyers qui possèdent une connexion « haut débit » passe d'un quart (soit 23,6 %) à près d'un tiers (32,2 %). Au quatrième trimestre 2003, c'est 2,2 millions de foyers qui sont équipés d'un tel accès à Internet. « L'année de l'Internet 2003 » dans *AFJV.com*, 26 décembre 2006, http://www.afjv.com/press0403/040316_mediametrie.htm

[1075] Soulignons cette adéquation entre jeu en ligne et connexion haut débit. En décembre 2001, alors que le jeu en ligne est encore peu répandu chez l'ensemble des « internautes » (4,5% de l'ensemble des utilisateurs a recours à un protocole de jeu en ligne), cette pratique s'avère plus développé durant cette période chez ceux qui possèdent une connexion « haut débit ». Ainsi, 22,2% des individus disposant de ce type de forfait utilise un protocole de jeu en ligne. « Le jeu vidéo et l'Internet » dans *AFJV.com*, 05 mai 2003, http://www.afjv.com/press0305/030505_netvalue.htm

[1076] « *Made in Europe* : entretient avec Dominique Cor (président de Sega France) » dans *Joypad*, n° 99 juillet/août 2000, p. 102 col. 2.

[1077] En France, Sega a une politique commerciale trouble vis-à-vis du jeu en ligne, car la compagnie retire les fonctions en ligne de certains titres lorsque ceux-ci sont lancés sur le marché hexagonal alors même que le service est l'un des principaux arguments de vente de la nouvelle console.

[1078] Au début de l'année 2003, une enquête sur les lecteurs du magazine *Joypad* montre que 48% des joueurs sont indécis en ce qui concerne le paiement d'un abonnement tandis que 32% des lecteurs du magazine envisagent de prendre l'option de jeu en ligne. Le principal problème se situe au niveau du prix de l'abonnement perçu comme cher. Trazom, « Tendance » dans *Joypad*, n° 127, février 2003, p. 5.

Conclusion : un genre en devenir

Le jeu en ligne est le dernier type de jeux vidéo à apparaître. Son avènement et sa croissance sont à mettre en parallèle du développement, pour le grand public, des réseaux informatiques, et principalement du réseau Internet. Il concerne essentiellement trois sortes de jeux, à savoir les jeux de stratégie, les jeux de tir à la première personne, et surtout les jeux de rôle. Les jeux en ligne se destinent aux joueurs passionnés, et ils requièrent un investissement de temps conséquent. En outre, ils renforcent le côté social des jeux vidéo et les échanges entre les joueurs.

Cependant, pour notre période d'étude, il s'agit d'un genre dont l'audience est plutôt restreinte. Toute d'abord, il ne concerne que le jeu vidéo sur ordinateur parce que ce système ludique se prête davantage à ce type de jeu (présence d'un disque dur). Les consoles ne sont pas encore réellement étudiées pour le jeu en ligne, et les joueurs qui s'adonnent à ce loisir sur ces machines se montrent encore réfractaires, notamment en raison du surcoût que cela engendre (abonnement). En outre, il n'y a pas de titre moteur pour le genre qui exercerait une attraction sur les joueurs et qui rendrait (et montrerait) le jeu en ligne indispensable. Ensuite, nous avons vu que les forfaits Internet proposés ne sont pas tout à fait adaptés, et que les connexions « haut débit » ne sont, à la fin de notre période d'étude, qu'au début de leur propagation.

Néanmoins, les bases du développement du jeu en ligne sont posées et ce genre connaît son expansion durant la seconde moitié des années 2000 (plus précisément entre 2005 et 2010). Surtout, cette pratique s'inscrit (et elle profite aussi) dans le cadre de la généralisation de l'utilisation d'Internet dans la société. En terme ludique, plusieurs éléments permettent de rendre ce type de jeu attractif mais aussi essentiel.

Premièrement, on peut noter la commercialisation du titre *World of Warcraft* qui vient mettre en quelque sorte à la mode le jeu connecté. Il est de plus conçu pour satisfaire à la fois les joueurs fanatiques et un public de néophytes. Deuxièmement, les nouvelles consoles de la période, comme la *Playstation 3* et la *Xbox 360*, sont pensées pour le jeu en ligne, avec la présence d'un disque dur, et l'établissement

d’un portail Internet riches en possibilité (jeux en ligne, téléchargement, achat de jeux). Sans compter, la systématisation des options en ligne dans les jeux, mais aussi la création d’objectifs dont la réussite est inscrite sur la carte d’identité virtuelle du joueur. Troisièmement, plusieurs modèles économiques sont proposés, allant de l’abonnement payant, à la gratuité partielle ou totale. Enfin, il faut souligner la multiplication de l’offre de jeux vidéo sur Internet avec les jeux dits en « *flash* » ou les jeux sur « navigateurs » qui sont gratuits pour une grande majorité. Tout ceci à pour effet de faire entrer le jeu en ligne dans les mœurs de tous les joueurs (ordinateurs, consoles), mais aussi les jeux vidéo dans celles des « internautes ».

III) Economie du secteur des jeux vidéo

1) Le développement d'un nouveau secteur économique

a) Le marché de l'emploi dans le jeu vidéo

Le jeu vidéo est à l'origine d'un nouveau marché du travail qui se compose de différents métiers répartis dans plusieurs secteurs d'activité (création, distribution, publicité, médias). Il émerge et il croit en suivant le développement de ce loisir, mais également durant une époque où la société se caractérise à la fois par une période de crise et par une amplification de la consommation de produits culturels.

En ce qui concerne la crise, celle-ci est un sujet omniprésent dans la vie quotidienne des français depuis 1974, et tout au long de la période que nous étudions[1079]. Elle se caractérise notamment par un long ralentissement des taux de croissance du PIB qui tombent sous la barre des 5% annuel, pour se stabiliser entre 0,7% et 3%[1080], ainsi que par une progression et une importance du chômage (tableau ??).

Tableau 2.3: Taux de chômage de 1975 à 2004[1081]

	Taux de chômage (en %)
1975	3,5
1976	3,9
1977	4,3
1978	4,5

[1079] Le choc pétrolier de 1973 est généralement l'événement retenu pour marquer son début et la fin des « Trente glorieuses ». Néanmoins, il n'est qu'un révélateur de la situation dont la dégradation débute au milieu des années 1960. Ainsi dès 1965, la conjoncture économique s'infléchit et le tissu social, porté par la croissance et le plein-emploi, commence à se déchirer. En 1971, la fin de la convertibilité du dollar en or, peut être vue comme un élément supplémentaire précipitant les pays dans la crise. En plus d'une économie malade, la fécondité commence à décliner en France, au milieu des années 1960, mais les conséquences sur le taux de natalité ne sont significatives qu'à partir du milieu des années 1970. Au niveau politique, Mai 1968 est un coup (fatal) porté au pouvoir gaulliste, qui vient révéler les aspirations nouvelles et le rejet d'un système d'autorité en partie aboli, d'une France des « Trente glorieuses » en pleine mutation. Rioux (Jean-Pierre), Sirinelli (Jean-François), *Histoire culturelle de la France. 4 : le temps des masses, le vingtième siècle*, Paris, 1998, Seuil, 403 p. ; 273 – 274.

[1080] *Ibid*. p. 291.

[1081] « Taux de chômage depuis 1975 », INSEE, enquêtes Emploi, données corrigées de la rupture de série en 2002, http://www.insee.fr/fr/themes/tableau.asp?reg_id=0&ref_id=NATnon03337

1979	5,1
1980	5,4
1981	6,4
1982	6,9
1983	7,2
1984	8,5
1985	9,0
1986	9,0
1987	9,1
1988	8,8
1989	8,2
1990	7,9
1991	8,2
1992	9,0
1993	10,1
1994	10,7
1995	10,1
1996	10,6
1997	10,8
1998	10,3
1999	10,0
2000	8,6
2001	7,8
2002	7,9
2003	8,5
2004	8,9

D'après le tableau ci-dessus, nous pouvons observer que le taux de chômage en France passe de 3,5% en 1975 à 8,5% en 2003, avec un pic de 10% durant les années 1990 et une stabilisation autour de 8% au début des années 2000. Il indique une montée, une croissance et surtout, la persistance du chômage.

C'est dans ce cadre que se développent les industries culturelles qui doivent répondre à une demande (loisir, produits) toujours plus importante[1082]. Depuis les années 1970, la production, la distribution et la consommation de biens et de services culturels ont doublé leur volume économique, leur poids financier et leur capacité marchande. Ces industries nourrissent l'activité nationale, et elles sont dynamisées par l'essor de quelques produits comme le téléphone, les cassettes audio et vidéo, le magnétoscope, mais aussi le lecteur et les disques DVD,

[1082] Par exemple, depuis 1990, la croissance de la consommation de TIC est très forte : + 13,2 % en volume à prix constants par an, contre + 1,9 % pour la consommation dans son ensemble. Arthaut (Régis), « La consommation des ménages en TIC depuis 45 ans » dans *INSEE Première*, n° 1101, septembre 2006, p. 1 col. 1. http://www.insee.fr/fr/themes/document.asp?reg_id=0&ref_id=ip1101

l'ordinateur, ou bien encore les jeux vidéo. Il y a ainsi des retombées sur les offres d'emplois qui ciblent particulièrement les jeunes. Par exemple, entre 1982 et 1992, le nombre de personne travaillant dans des professions culturelles passe de 194 000 à 283 000 individus.

Les différents métiers du jeu vidéo

Les emplois dans le jeu vidéo font partie de ces nouvelles activités qui profitent de l'engouement du public et de la vigueur des industries culturelles. Le marché du travail dans ce loisir numérique se compose d'une vingtaine de professions, à la fin de notre période d'étude. Ces dernières deviennent de plus en plus qualifiées, et les compétences requises pour les pourvoir augmentent[1083], à mesure que le domaine se structure et se professionnalise. De même, de nouveaux postes apparaissent, venant spécialiser des tâches qui ne sont pas nouvelles mais qui jusqu'alors étaient prises en charge par des équipes polyvalentes et restreintes. Ces changements sont le fait de la croissance des entreprises (du jeu vidéo) mais aussi des méthodes de travail anglo-saxonnes, qui s'imposent dans le secteur et poussent à une plus grande division du travail[1084].

L'évocation de la question de l'emploi dans les jeux vidéo fait inévitablement écho à la création de logiciels. Celle-ci requiert des programmeurs, des graphistes, des musiciens, ou bien encore de scénaristes. Ces professions sont susceptibles d'être complétées par des postes tels qu'animateur, directeur artistique, chef de projet[1085], ainsi que des fonctions spécifiques comme la création des niveaux[1086]. Parmi les différents métiers de la création, il faut noter l'architecte (ou concepteur) du jeu[1087], qui prend une importance considérable aux yeux du public au début des années 2000. En effet, les joueurs ont tendance (le plus souvent à tort) à voir la personne occupant ce poste comme le créateur du jeu (celui qui est à l'origine du

[1083] Le Diberder (Alain), « La création de jeux vidéo en France en 2001 » dans *Bulletin du département des études et de la prospective*, Ministère de la culture et de la communication, n° 139 juillet 2002, p. 5 col. 3.
[1084] Cette prédominance peut faire écho à la fin du monde multipolaire en 1989 (chute du mur de Berlin) qui laisse place à un monde dominé par les préceptes neo-libéraux qui favorisent le libre jeu du marché, et à une mondialisation de nombreuses activités économiques, financières et de communications.
[1085] Le chef de projet se charge de définir le projet ; il veille à son avancement et il suit l'équipe de développement. Brisou (Mathieu), « Gagner sa vie dans la micro » dans *Tilt*, n° 89, avril 1991, p.96 col. 2.
[1086] Voir lexique p. 6.
[1087] *Ibid.* p. 4.

jeu) ou son réalisateur (équivalent au cinéma). Ainsi, à la fin de notre période d'étude, l'aura de cette fonction est importante. Elle a tendance à remplacer, dans les esprits, le programmeur qui possède la charge la plus prestigieuse[1088], durant les années 1980 et au début des années 1990. Celui-ci est alors vu, de la même manière, comme le créateur des jeux.

A côté de ces emplois liés à la conception, se trouvent des carrières annexes comme les testeurs (vérification technique du jeu), ou les activités liées à la traduction et à l'adaptation des produits ludiques (doubleurs, traducteurs). De même, nous pouvons ajouter les professions commerciales telles que publicitaire, chef de produit, attaché de presse (des éditeurs par exemple), les métiers de la presse, ou celles concernant la distribution et la vente (grossiste, gérant de boutique, vendeur).

Le profil des travailleurs du jeu vidéo

Les individus travaillant dans cette industrie présentent des profils qui se caractérisent par deux aspects. D'une part, ils sont variés, comme nous avons pu déjà l'entrevoir lorsque nous avons abordé la question de la formation. Les différents postes sont ainsi pourvus par des hommes qui viennent d'horizons différents. Ceci est directement lié au fait qu'il n'existe pas de filières spécifiques aux jeux vidéo, avant le début des années 2000. La formation n'est donc pas centralisée dans des écoles spécialisées qui concentrent les individus désireux d'intégrer cette industrie. D'autre part, et ce tout au long de notre période d'étude, le secteur emploie une majorité d'homme et surtout des jeunes. Cette tendance n'est pas spécifique aux jeux vidéo car, comme nous l'avons dit, elle concerne globalement l'ensemble des industries culturelles, et celles des produits issus des nouvelles technologies[1089]. Outre les surdoués de la programmation n'ayant pas encore une vingtaine d'année[1090], la majorité des individus ont en moyenne entre vingt et trente ans[1091].

[1088] Brisou (Mathieu), « Gagner sa vie dans la micro » dans *Tilt*, n° 89, avril 1991, p. 98 col. 1.
[1089] Elle n'est pas non plus propre à la France. Par exemple, un reportage dans les locaux de Sega Japon en 1988 dans le magazine *Tilt*, fait état d'une majorité d'homme, âgé pour la plupart entre 20 et 26 ans. Blottière (Jean Michel), « *Tilt journal* » dans *Tilt*, n° 53, avril 1988, p. 14 col. 1.
[1090] C'est par exemple le cas du créateur du jeu *Megarace* qui n'a que 17 ans lorsqu'il se présente chez l'éditeur Cryo. Ichbiah (Daniel), *Bâtisseurs de rêve : enquête sur le nouvel eldorado des jeux vidéo*, Paris, First Documents, 1997, 430 p. ; p. 334.
[1091] Par exemple, en 1985, le concepteur du jeu *Mandragore* est âgé de 22 ans, tout comme Eric Chahi (*Les voyageurs du temps*, *Another World*) en 1990. En 2003, selon une étude partielle du secteur des jeux vidéo

Le statut et les contrats de travail

La question du statut et des contrats de travail dans le jeu vidéo demeure un sujet délicat, qui revient souvent dans les articles de la presse spécialisée consacrés à ce thème (métier du jeu vidéo), durant la décennie 1980 et 1990. Les interrogations se posent principalement pour les métiers de la création et notamment pour les deux postes les plus en vues, attirant les joueurs, à savoir programmeur et graphiste. Dans les entreprises, il y a essentiellement deux statuts en vigueur, avec chacun leur mode de rémunération. Ainsi, d'un côté, nous trouvons les travailleurs indépendants, et de l'autre les salariés.

Le statut d'indépendant (dans le jeu vidéo) est en vogue en France dans les années 1980 et 1990. Les individus qui travaillent sous ce régime peuvent être à leur compte, ou bien alors appartenir à une équipe de développeurs non affiliée à un éditeur en particulier[1092]. En ce qui concerne leur rémunération, elle s'établit sur la base d'une redevance sur les ventes des jeux[1093]. Néanmoins, des avances sont versées soit en totalité au début du projet, soit par paliers au fur et à mesure du déroulement de la conception (du jeu vidéo)[1094]. En outre, des pourcentages sur les ventes de licences sont également susceptibles d'être octroyés[1095]. De cette manière, le salaire n'est pas homogène et il dépend, non seulement des

effectuée par l'association JIRAF (le Jeu vidéo et son Industrie Rassemblent leurs Acteurs Français) et basée sur 143 réponses de professionnels (représentant entre 3% et 10% des individus du secteur), la moyenne d'âge des travailleurs du jeu vidéo en France est de 28 ans. Voir : « *Tam tam soft* : le créateur du mois » dans *Tilt*, n° 19, mars 1985, p. 14 col. 1. ; Hautefeuille (Olivier), « Les dieux du pixel » dans *Tilt*, n° 79, juin 1990, p. 97 col. 2 ; Cambounet (Fabrice), Perret (Nicolas), « Les salaires du jeu vidéo en France en 2003 » dans *Jiraf.com*, 17 février 2004, p. 1. http://www.afjv.com/press0402/040218_jiraf.htm

[1092] Toutefois, il existe un certain esprit d'appartenance et de fidélité, qui fait que les indépendants travaillent souvent pour les mêmes éditeurs. Voir : Hautefeuille (Olivier), « *Dossier* : profession : programmeur » dans *Tilt*, n° 67, juin 1989, p. 76 col. 1 ; Desmedt (Patrice), « *Actuel* : j'ai même rencontré des soft-men heureux » dans *Tilt*, n° 22, juin 1985, p. 104 col. 3.

[1093] Nous avons trouvé plusieurs pourcentages matérialisant la redevance des indépendants. En premier lieu, en 1985, le mensuel *Tilt* indique dans un de ses articles, une fourchette de 10% à 15% sur les prix revendeurs hors taxes. En 1989, le même journal établit un pourcentage allant de 16% à 22% (voire 50% dans certains cas particulier). Enfin, en 1990, dans un article sur les graphistes, le mensuel mentionne que les éditeurs accordent aux indépendants environ 17% à 18% de leur chiffre d'affaire (à partager donc entre les programmeurs, les scénaristes et les graphistes). L'exemple donné montre que sur un jeu coûtant 200 francs/30,4 euros (hors taxe), les redevances se montent à 17 francs/2,5 euros et donc dans le cas du graphiste, à peu près à 5 francs/0,8 euros par jeu vendu (sur une base de 100 francs/15 euros car, en général, 50% du prix du jeu va à la distribution). Voir : Desmedt (Patrice), « *Actuel* : j'ai même rencontré des soft-men heureux » dans *Tilt*, n° 22, juin 1985, p. 104 col. 3. ; Hautefeuille (Olivier), « *Dossier* : profession : programmeur » dans *Tilt*, n° 67, juin 1989, p. 76 col. 2. ; Hautefeuille (Olivier), « Les dieux du pixel » dans *Tilt*, n° 79, juin 1990, p. 95 col. 1.

[1094] Pour véritablement gagner de l'argent, il faut ainsi attendre que les redevances remboursent les avances.

[1095] Environ 30% du prix de la licence. Hautefeuille (Olivier), « *Dossier* : profession : programmeur » dans *Tilt*, n° 67, juin 1989, p. 76 col. 3.

négociations entre les parties, et de la politique des éditeurs, mais aussi du projet lui-même[1096] et surtout du succès commercial du jeu.

Quant aux salariés, ils sont attachés à un éditeur/développeur, et ils touchent un salaire de base qui peut être parfois complété par un système de primes[1097]. Ce type de statut n'est pas privilégié lors de l'émergence de l'industrie, mais il se développe tout au long de notre période d'étude, et il finit par s'imposer et devenir la norme. Ainsi, au début des années 2000, une majorité des travailleurs du jeu vidéo en France ont des contrats de type CDI et CDD (mais il y a également des intérimaires).

Les salaires

Du point de vue des salaires perçus dans l'industrie des jeux vidéo, il y a des disparités au sein des travailleurs. Les tableaux ci-dessous les illustrent en prenant quelques exemples caractéristiques (indépendants, postes salariés importants de la création de jeux vidéo), tout en offrant une vue d'ensemble de la période étudiée[1098].

Tableau 2.4: Indépendant[1099]

	Auteur indépendant	**Salaire net moyen annuel (INSEE)**
1985	entre 20 000 francs (3049 euros) et 50 000 francs (7622 euros) par jeu	13 127 euros (environ 1094 euros mensuels)

Salarié

Tableau 2.5: Programmeur[1100]

[1096] Un indépendant proposant à un éditeur un jeu quasiment fini peut espérer des pourcentages de rémunération plus importants que s'il s'engage dans une production qui débute à peine. De même, le niveau des émoluments est susceptible de varier avec l'importance du projet (jeux qui vise le marché international ou non par exemple).
[1097] Hautefeuille (Olivier), « *Dossier* : profession : programmeur » dans *Tilt*, n° 67, juin 1989, p. 76 col. 2.
[1098] Il nous a été difficile de mettre en perspectives les salaires sur l'ensemble de la période étudiée, surtout en ce qui concerne les années 1980 et 1990. Les données sur ce sujet ne sont pas abondantes, et celles trouvées n'ont pas toujours les mêmes critères (typiquement les exemples concernent soit des salaires bruts, soit des salaires nets), ou bien encore les études ne sont pas fiables ou elles ne précisent pas si le salaire est « brut » ou « net ». De même, nous n'avons pas trouvé d'exemples pour toutes les années choisies.
[1099] Desmedt (Patrice), « *Actuel* : j'ai même rencontré des soft-men heureux » dans *Tilt*, n° 22, juin 1985, p. 104 col. 3.

	Programmeur	Salaire net moyen annuel (INSEE)
1989	de 6000 francs (914 euros) à 8000 francs (1219 euros)	15 270 (1272 euros mensuels)
1991	de 7000 (1067 euros) à 15 000 francs (2287 euros)	16 638 (1386 euros mensuels)
1999	26 462 bruts annuels	19 655 (1638 euros mensuels)
2000	27 332 bruts annuels	20 087 (1674 euros mensuels)
2001	30 225 bruts annuels	20 523 (1710 euros mensuels)
2002	30 053 bruts annuels	21 096 (1758 euros mensuels)
2003	31 129 brut annuel ou 2100 euros nets mensuels	21 444 (1787 euros mensuels)

Tableau 2.6: Graphiste[1101]

	Graphiste	Salaire net moyen annuel (INSEE)
1990	7500 francs/1143 euros (brut) à 9500 francs/1448 euros (après cinq ans d'ancienneté toutefois)	16 065 (1339 euros mensuels)
1999	19 886 bruts annuels	15 270 (1272 euros mensuels)
2000	20 605 bruts annuels	16 638 (1386 euros mensuels)
2001	21 955 bruts annuels	19 655 (1638 euros mensuels)

[1100] Voir : Hautefeuille (Olivier), « *Dossier* : profession : programmeur » dans *Tilt*, n° 67, juin 1989, p. 76 col. 2 ; Brisou (Mathieu), « Gagner sa vie dans la micro » dans *Tilt*, n° 89, avril 1991, p. 98 col. 1 ; Cambounet (Fabrice), Perret (Nicolas), « Les salaires du jeu vidéo en France en 2003 » dans *Jiraf.com*, 17 février 2004, p. 3. http://www.afjv.com/press0402/040218_jiraf.htm

[1101] Hautefeuille (Olivier), « Les dieux du pixel » dans *Tilt*, n° 79, juin 1990, p. 95 col. 3.

2002	22 040 bruts annuels	20 087 (1674 euros mensuels)
2003	24 300 brut annuel ou 1650 euros nets mensuels	20 523 (1710 euros mensuels)

Tableau 2.7: Architecte de jeu[1102]

	Architecte de jeu	**Salaire net moyen annuel (INSEE)**
1999	24813	15 270 (1272 euros mensuels)
2000	26151	16 638 (1386 euros mensuels)
2001	25944	19 655 (1638 euros mensuels)
2002	26023	20 087 (1674 euros mensuels)
2003	27167 brut annuel ou 1830 euros net mensuel	20 523 (1710 euros mensuels)

D'une manière générale, les revenus des salariés dans cette industrie sont plus ou moins dans la moyenne nationale, même si on peut noter que leur niveau est légèrement inférieur durant les années 1980 et 1990. De plus, par rapport à la charge de travail et aux horaires effectués[1103], ils peuvent paraître globalement plutôt bas. Ajoutons qu'il existe aussi des écarts de rémunération selon les différents postes, le lieu de travail, les contrats (de travail), l'expérience[1104] ou le niveau

[1102] Cambounet (Fabrice), Perret (Nicolas), « Les salaires du jeu vidéo en France en 2003 » dans *Jiraf.com*, 17 février 2004, p. 3. http://www.afjv.com/press0402/040218_jiraf.htm

[1103] Pour un jeu comme *Myst*, les concepteurs (américains) ont travaillé deux ans à raison de douze heures par jours. Ichbiah (Daniel), *Bâtisseurs de rêve : enquête sur le nouvel eldorado des jeux vidéo*, Paris, First Documents, 1997, 430 p. ; p. 255.

[1104] Par exemple, nous avons utilisé une étude sur les salaires dans l'industrie du jeu vidéo en France en 2003, qui montrent que les métiers possèdent deux échelons. Ces derniers sont notamment facteur de l'expérience des travailleurs, et ils correspondent à des niveaux de salaires différents, ce qui provoque des écarts de rémunération pour une même fonction. De cette manière, pour ce qui est des graphistes, ceux qui ont le qualificatif de « principaux » (l'étude utilise le mot anglais *lead*) ont un salaire annuel compris entre 16 000 euros et 45 600 euros. Les « simples » graphistes touchent entre 6000 euros et 48 000 euros. Il en est de même pour les architectes de jeux où les « principaux » gagnent entre 12600 euros et 75000 euros et les autres qui disposent d'un salaire allant de 8000 euros à 34 500 euros. Cambounet (Fabrice), Perret (Nicolas), « Les salaires du jeu vidéo en France en 2003 » dans *Jiraf.com*, 17 février 2004, p. 3. http://www.afjv.com/press0402/040218_jiraf.htm

d'étude[1105]. De plus, à la fin de notre période d'étude et contrairement à ce qui peut être proposé aux Etats-Unis, peu de complément salarial ou d'avantages sont attribués par les entreprises françaises à leurs employés[1106]. Pour compléter ces chiffres, précisons que selon une étude de l'association JIRAF qui date de 2003, les salaires dans le jeu vidéo progressent annuellement de 5%, entre 1999 et 2003[1107]. Ils passent respectivement de 23 880 euros brut à 29 095 euros brut. Toutefois, ce pourcentage est inférieur à la croissance du marché du jeu vidéo qui lui s'accroît de 10% à 15% par an sur la même période.

Les conditions de travail

En ce qui concerne les conditions de travail, celles-ci apparaissent comme difficiles, et même parfois assez pénibles. Nous en avons une illustration avec l'émergence d'un mouvement social, à la fin de l'année 1998 et au début 1999, dont la forme est quelque peu particulière. En effet, le mécontentement des travailleurs s'exprime sur Internet, avec la création de syndicats dits « virtuels ». Le premier du genre est mis en ligne en décembre 1998 à l'initiative des salariés de la société Ubisoft[1108], suivis peu après par ceux d'autre entreprise telle que Cryo. Soulignons que ce mouvement ne touche pas que les jeux vidéo, mais plusieurs autres secteurs. La Bibliothèque Nationale de France ou la station de radio FIP sont touchés au même moment par ce type de contestions.

L'utilisation d'Internet permet de monter ces initiatives rapidement, simplement, et d'obtenir facilement des contributions. Elle attire surtout l'attention des médias[1109],

---

[1105] A la fin de notre période d'étude, une majorité des personnes qui travaillent dans le jeu vidéo possède un diplôme d'étude supérieure (BTS, maîtrise, diplôme d'ingénieur). Néanmoins, une faible qualification n'empêche pas à une personne de toucher un salaire confortable. *Ibid.*

[1106] 72% des personnes en 2003 ne touchent pas de compléments salariaux. 11% dispose de moins de 1500 euros annuel tandis que 17% reçoivent des compléments de plus de 1500 euros. Le bonus annuel moyen se situe à 2643 euros. Les compléments de salaire prennent la forme de bonus par projet, d'intéressement, de bonus annuel, de stocks-options et de redevances. Pour ce qui est des avantages, c'est principalement une mutuelle. *Ibid.*

[1107] Cambounet (Fabrice), Perret (Nicolas), « Les salaires du jeu vidéo en France en 2003 » dans *Jiraf.com*, 17 février 2004, p. 2. http://www.afjv.com/press0402/040218_jiraf.htm

[1108] Ubisoft est gérée de façon familiale et la firme emploie 470 salariés en France (1100 au total). Le premier syndicat virtuel est appelé Ubi Free. AFP, Paris, 17 décembre 1998, http://membres.multimania.fr/ubifree/presse.htm

[1109] Ce mouvement intéresse particulièrement la presse généraliste (quotidiens, hebdomadaires). Cette dernière publie quelques articles sur ce conflit social qui vient aussi mettre l'attention sur cette nouvelle industrie, ainsi que ces problèmes de fonctionnement. Quant à la presse spécialisée dans les jeux vidéo, elle se contente de

en raison de son caractère inédit, mais aussi de leur intérêt croissant pour les nouvelles technologies et les nouveaux médias à l'approche de l'an 2000. Cet emploi illustre, de manière concrète, leur utilisation au quotidien, et il renvoie également à une vision futuriste de la société. *Libération* note que :

« l'Internet leur offre une caisse de résonance inégalée. Panique chez les employeurs. Eux qui voudraient limiter les critiques aux portes de l'entreprise sont totalement dépassés […] Avec l'Internet, on court-circuite la direction. On interpelle directement les actionnaires. On informe les salariés où qu'ils soient dans le monde... et le public par la même occasion. »[1110]

En ce qui concerne les jeux vidéo, ces syndicats sont anonymes, et leur existence virtuelle provient du fait qu'à cette date, aucune organisation syndicale en France ne défend les droits des travailleurs du secteur des jeux vidéo[1111]. Avec ce moyen d'expression virtuelle, les travailleurs dénoncent leurs conditions de travail, en pointant plus particulièrement des problèmes liés à la gestion du personnel. Ainsi, ils protestent, entre autre, contre l'absence (dans leurs sociétés) de Direction des Ressources Humaines, de comité d'entreprise, de délégués du personnel, mais aussi contre la précarité des contrats[1112], les salaires (jugés bas) et les horaires fastidieux[1113]. En outre, sont également décriés une ambiance (de travail) et une gestion trop scolaire[1114]. Ce mouvement de protestation encourage le secteur

---

relayer les informations dans ses rubriques d'actualités, sans vraiment s'intéresser et analyser ce mouvement, principalement parce que la priorité est donnée aux jeux et à leur actualité directe (test, avant-première, date de sortie).

[1110] Gros (Marie-Joëlle), « *Actualités* : *cahier spécial* : *Emploi* : Internet au travail. La contestation par les sites. Les salariés portent les conflits sur le Web, créant l'ire des employeurs » dans *Libération*, 3 avril 2000, http://www.liberation.fr/cahier-special/0101332909-emploi-internet-au-travail-la-contestation-par-les-sites-les-salaries-portent-les-conflits-sur-le-web-creant-l-ire-des-employeurs

[1111] Cette situation résulte de l'absence de représentants des syndicats dans les entreprises, mais aussi et surtout de certaines dispositions prises par les entreprises pour ne pas remplir leurs obligations sociales. Dans le cas d'Ubisoft par exemple, la société est éclatée en petites structures de moins de 50 salariés. *Ibid.*

[1112] Notamment l'utilisation, à l'excès, de contrat en CDD. Dans le même genre, nous pouvons aussi noter que certaines entreprises abusent de la sous-traitance à des collaborateurs extérieurs (qui de fait peuvent être requalifiés en salariés).

[1113] Mairet (Virginie), « Jeux vidéo : les créateurs disent pouce » dans *Le Point*, n°1383, 20 mars 1999, http://www.lepoint.fr/actualites-economie/2007-01-24/les-createurs-disent-pouce/916/0/81988

[1114] Mauriac (Laurent), « *Emploi :* J'irai cracher sur ma boîte. Ubi Free, éphémère brûlot virtuel. Pendant trois mois, un site a permis aux salariés d'Ubisoft d'exprimer leur malaise social. Sans pour autant effacer leur résignation. » dans *Libération*, 25 mai 1999, http://www.liberation.fr/cahier-special/0109283217-emploi-j-irai-cracher-sur-ma-boite-ubi-free-ephemere-brulot-virtuel-pendant-trois-mois-un-site-a-permis-aux-salaries-d-ubisoft-d-exprimer-leur-malaise-social-sans-pour-autant-effacer-leur-resignation

français du jeu vidéo à se professionnaliser davantage, et il permet de régler certaines revendications.

Néanmoins, il s'agit d'une action de court terme[1115], qui s'arrête d'elle-même sans aller plus loin, et sans être à la base d'une véritable organisation de défense de droits des travailleurs de ce secteur. Elle s'apparente à un exutoire pour des salariés qui se montrent tout de même assez résignés sur la répercussion de leur action sur le long terme.

Parmi les autres problèmes que nous avons relevés, il faut souligner des contentieux liés à la rémunération, et plus particulièrement aux questions de redevances et de droits d'auteur[1116]. Ces deux sujets sont complexes, et ils impliquent des débats autour du statut juridique des jeux vidéo (définis comme des logiciels), de l'application d'un régime des droits d'auteur, ou de la rémunération pour copie privé. Durant les années 1980 et jusqu'au début des années 1990, nous notons une volonté chez certains acteurs français du secteur de rattacher la conception de jeux à la création artistique. Ainsi, les créateurs de jeux sont vus comme des auteurs qui réalisent des œuvres ludiques, au même titre que les artistes d'autres disciplines telles que la musique, la littérature, la peinture, la bande dessinée ou le cinéma. Cette vision va également de pair avec le statut d'indépendant[1117]. Toutefois, cette philosophie ne s'est pas imposée parmi les

[1115] Par exemple, l'initiative Ubi Free s'arrête en mars 1999 (gèle du site Internet) parce que les personnes responsables du mouvement estiment que leur mission (prise de parole, attirer l'attention sur les problèmes de gestion du secteur) a été remplie avec succès.

[1116] Nous pouvons citer plusieurs exemples de litiges entre une entreprise de jeux vidéo et un créateur, durant les années 1980 et 1990. La plupart du temps, ils sont causés par la jeunesse de cette industrie et des imprécisions juridiques. Certains sont cocasses comme au début des années 1980 lorsque Philippe Ulrich cède les droits d'un jeu qu'il a créé, à la société importatrice de son ordinateur, en échange de matériel pour son appareil (barrette mémoire, accessoires divers). D'autres sont plus sérieux tels que le cas de Didier Bouchon qui réclame 379 137 francs (57 799 euros) de droits d'auteur à Infogrames en 1988, ou celui de Rémi Herbulot qui rappelle à sa hiérarchie en mai 1989 qu'il n'a pas touché de droits depuis un trimestre alors que c'est sa seule source de revenu. Nous pouvons aussi noter « l'affaire » *Alone in the dark* dans laquelle Frédéric Raynal, le principal créateur de ce jeu, ne touche aucun droit en raison d'un conflit l'opposant à son éditeur, et surtout parce qu'il n'est pas mentionné lors du générique du jeu (c'est un élément qui aurait pu lui permettre de faire valoir ses droits, mais la mention de son nom a été retiré sur ordre du dirigeant de la société éditrice). Ichbiah (Daniel), *Bâtisseurs de rêve : enquête sur le nouvel eldorado des jeux vidéo*, Paris, First Documents, 1997, 430 p. ; p. 39, 126, 185 et 194.

[1117] Notons que durant les années 1980 et 1990, le statut d'indépendant ou le salariat constituent deux écoles dans la manière de rétribuer le travail des développeurs. En outre, les indépendants ont été privilégiés en raison des avantages que leur système de rémunération possède pour les éditeurs (licenciement plus simple, permet de ne pas garder une équipe entière de développeurs entre deux projets). Desangles (Michel), « *Le grand zoo* : J.P. Ulrich » dans *Joystick*, n° 2, février 1990, p. 43 col. 1.

professionnels, car elle se heurte à la mondialisation de l'industrie et à son fonctionnement dominé par les mœurs anglo-saxonnes. De ce fait, à la fin de notre période d'étude, les pratiques en vigueur dans les entreprises françaises s'inspirent grandement du régime américain des droits d'auteur[1118]. Les concepteurs sont salariés de la société qui est la seule à détenir et à exploiter les droits des jeux crées.

Enfin, nous pouvons également noter le problème de la vedettisation des faiseurs de jeu. Ce thème fait débat dans le secteur, notamment parce que des créateurs, et certains joueurs trouvent que le ou les concepteurs ne sont pas suffisamment mis en avant[1119]. Cependant, malgré les efforts de la presse française, les « auteurs » hexagonaux sont en retrait par rapport aux Américains et aux Japonais.

La géographie de l'emploi

En France, l'emploi dans les jeux vidéo se repartit sur l'ensemble du territoire national, avec une centaine d'entreprise dévouée à la création multimédia, au début des années 2000. Néanmoins, deux grands pôles se distinguent durant toute la période étudiée, à savoir l'Île-de-France et la région Rhône-Alpes (principalement la région lyonnaise)[1120]. Outre ces deux cœurs de l'industrie, les entreprises se situent notamment en Aquitaine (Bordeaux), en Languedoc-Roussillon (Montpellier), ou dans le Nord-Pas-de-Calais (Lille). Nous pouvons être surpris par l'absence d'attraction de la région Provence-Alpes-Côte d'Azur qui comporte pourtant quelques atouts comme par exemple la présence du technopôle de Sophia Antipolis. Si

[1118] Fries (Fabrice), *Propositions pour développer l'industrie du jeu vidéo en France*, 22 décembre 2003, p. 21.
[1119] Il faut souligner qu'à la fin des années 1970, les concepteurs ne sont même pas cités dans les génériques des jeux. Les titres doivent apparaître comme des créations du constructeur des machines de jeux (par exemple Atari). C'est cette politique, et les revendications des créateurs de logiciels ludiques, qui permettent de donner naissance aux premiers éditeurs tiers de l'industrie. Outre les noms « à l'intérieur des jeux », les questions se posent sur la présence d'une photographie des créateurs ou, sur leur nom mis en évidence sur les jaquettes des logiciels. Du point de vue de certains joueurs, ces indications et cette connaissance des auteurs, leur permettraient de mieux faire leur choix lors d'un achat d'un jeu, en identifiant plus simplement les jeux de leurs auteurs préférés, ou ceux d'un auteur ayant connu un fort succès et réputé pour la qualité de ses productions.
[1120] Au début des années 2000, l'Île-de-France et la région Rhône-Alpes représentent respectivement environ 45% et 30% de l'emploi. Le Diberder (Alain), « La création de jeux vidéo en France en 2001 » dans *Bulletin du département des études et de la prospective*, Ministère de la culture et de la communication, n° 139 juillet 2002, p. 7 col. 1.

quelques sociétés de jeux vidéo sont installées dans ce secteur géographique[1121], cette industrie de loisir ne s'y développe pas vraiment. Nous pensions pourtant qu'une telle zone d'activité vouée à l'informatique et aux nouvelles technologies aurait été propice à l'émergence d'un centre liée à la création de jeux vidéo.

Un marché de l'emploi fragile

Au début de l'an 2000, l'industrie des jeux vidéo embauche en Europe environ 100 000 personnes[1122]. En France, elle est à l'origine d'à peu près 10 000 postes dont la majorité concerne les forces de vente[1123]. Les effectifs liés directement à la création des logiciels ludiques représentent quelques 1500 emplois en 2001[1124]. Le secteur est dominé par des petites structures (type PME)[1125]. Ainsi, durant la période étudiée et particulièrement durant les décennies 1980 et 1990, concevoir un jeu vidéo (en France) s'apparente plus ou moins à de l'artisanat.

Ce marché de l'emploi apparaît comme fragile, notamment pour les travailleurs qui possèdent souvent des statuts précaires. Sans compter qu'en dépit de la professionnalisation du secteur, l'industrie ne dispose ni de convention collective particulière[1126] (au secteur, à ces types de métiers) ni de code propre d'activité[1127]. Les entreprises sont ainsi classées à la fin de la période étudiée, dans la catégorie « réalisation de logiciels » (pour les 2/3) ou réparties (pour 1/3) dans les activités relatives à l'audiovisuel ou à la publicité.

De même, malgré le développement de ce secteur de loisir[1128] et l'embellie économique observée à la fin des années 1990 et au début des années 2000, le jeu

[1121] Par exemple, dès 1986 quelques entreprises de jeux sont installées à Sophia Antipolis. Meistermann (Nathalie), « Sophia Antipolis, des cerveaux au soleil » dans *Tilt*, n° 33, juillet 1986, p. 16 col. 2.
[1122] « Le jeu vidéo emploie 100 000 personne en Europe » dans *AFJV.com*, 1er septembre 2003, http://www.afjv.com/press0309/030901_multimedia.htm
[1123] Fries (Fabrice), *Propositions pour développer l'industrie du jeu vidéo en France*, 22 décembre 2003, p. 23.
[1124] Précisons que ces emplois sont qualifiés et qu'ils se rapportent à des métiers spécifiques. Le Diberder (Alain), « La création de jeux vidéo en France en 2001 » dans *Bulletin du département des études et de la prospective*, Ministère de la culture et de la communication, n° 139 juillet 2002, p. 5 col. 3.
[1125] D'après l'étude d'Alain Le Diberder, le poids des petites entreprises (une cinquantaine de salariés) est croissant. *Ibid.*
[1126] *Ibid.*
[1127] *Ibid*. p. 7 col. 1.
[1128] Rappelons qu'en 2003, le jeu vidéo a un taux de croissance en France de l'ordre de 15%. Fries (Fabrice), « *Propositions pour développer l'industrie du jeu vidéo en France* », 22 décembre 2003, p. 23.

vidéo français connaît une crise importante entre 2001 et 2003[1129]. Elle se traduit par de nombreux plans sociaux et des dépôts de bilan dont ceux de deux développeurs importants, Cryo et Kalysto. Pour expliquer cette crise, il faut tout d'abord souligner l'éclatement de la « bulle Internet » et le repli en bourse consécutif des valeurs liées aux nouvelles technologies. Or, les jeux vidéo sont perçus et inclus dans cette catégorie, ce qui fait que les entreprises ont des difficultés à obtenir des financements, car les investisseurs sont de plus en plus réticents vis-à-vis de l'industrie « vidéoludique ». Ensuite, nous pouvons également noter les mauvaises gestions financières, parfois des modèles économiques inadaptés, ainsi que des investissements lourds (mais obligatoires) réalisés pour s'adapter aux nouvelles consoles de jeux (avec à la clef, une augmentation des coûts de développement).

Deux autres éléments viennent pénaliser le marché de l'emploi dans les jeux vidéo et handicapent l'attractivité de la France sur le plan aussi bien national qu'international. Le premier, c'est la mondialisation qui créée une concurrence exacerbée, avec d'un côté les pays à bas salaires, et de l'autre ceux qui établissent des règles fiscales avantageuses pour les entreprises issues des nouvelles technologies[1130]. Le second point concerne la réglementation française du travail qui est perçue comme une contrainte importante. Pour les entreprises, elle serait trop rigide et elle engendrerait des coups salariaux trop élevés. De plus, le cadre des contrats à durée indéterminée est vu comme inadapté au secteur qui est fait de pics et de creux d'activité[1131]. Surtout, il oblige les sociétés à garder et à payer leurs équipes de conceptions entre deux projets ce qui grève leurs comptes d'exploitation. Pour ce qui est des contrats à durée déterminée ou de l'intérim, leur cadre juridique

[1129] Tristan, « Etat des lieux du jeu vidéo français » dans *Joypad*, n° 131, juin 2003, p. 68 col. 1.

[1130] L'exemple le plus représentatif est celui du Canada avec Vancouver et la province du Québec où est mis en place un système de soutien aux entreprises du secteur audiovisuel et multimédia. Il permet aux sociétés installées de bénéficier d'un crédit d'impôt qui offre un allégement jusqu'à 50% des charges salariales. De cette manière, le Canada devient une sorte d'eldorado pour les entreprises qui y transfèrent leurs activités de production, afin de profiter de ces conditions économiques avantageuses. Ainsi, Montréal compte à la fin de notre période d'étude environ 1200 développeurs de jeux, dont des Français tel que Ubisoft qui embauche 700 personnes (contre 200 développeurs en France). Fries (Fabrice), « *Propositions pour développer l'industrie du jeu vidéo en France* », 22 décembre 2003, p. 20.

[1131] Sans compter que d'une certaine façon, les rémunérations des studios ont aussi ce schéma puisqu'à la fin de notre période d'étude, les développeurs indépendants sont rémunérés par les éditeurs sur la base d'avances sur les redevances, plus une rémunération proportionnelle sur les ventes du jeu réalisé. Le Diberder (Alain), « La création de jeux vidéo en France en 2001 » dans *Bulletin du département des études et de la prospective*, Ministère de la culture et de la communication, n° 139 juillet 2002, p. 8 col. 3.

ne répond pas aux besoins du jeu vidéo[1132], qui n'a pas non plus « accès » au régime des intermittents du spectacle[1133]. En plus de ces points que nous venons de soulever, mentionnons également la mauvaise réputation entourant les studios français sur un plan international. On leur attribut un manque de rigueur, une gestion de la chaîne de production inférieure aux Américains et aux Japonais, mais aussi et surtout une incapacité à respecter les délais de développement, et donc à livrer les produits en temps et en heure[1134].

Conclusion : un secteur de l'emploi qui se développe mais qui demeure fragile

Le début des années 2000 est donc synonyme pour le jeu vidéo en France de dualisme, avec d'un côté un marché économique vigoureux et en croissance, et de l'autre un secteur de la production en difficulté. L'un des principaux problèmes provient du fait que les jeux vidéo sont une industrie fortement mondialisée, dont le fonctionnement se calque sur le monde du travail anglo-saxon. De ce fait, les pratiques en vigueur dans les multinationales du jeu vidéo se heurtent aux règlements du travail en France. Afin de rendre l'hexagone plus compétitive, quelques mesures sont réclamées par les professionnels ou suggérer aux législateurs dans des rapports sur le secteur. Parmi ces dernières, il y a entre autre un soutien financier à l'industrie avec, par exemple, l'instauration de crédits d'impôts ou de nouvelles sources de financement (fond de production), mais aussi la création de contrats de missions[1135]. De plus, malgré les problèmes, la France possède des atouts à l'image de son tissu (industriel) de studios de développement, ainsi que de la qualité des formations proposées (qui génèrent un vivier de compétence important).

[1132] Notamment une durée trop courte.

[1133] En théorie ce régime n'est pas « ouvert » aux jeux vidéo. Néanmoins dans la pratique, les entreprises ont recourt à des intermittents notamment parce que certaines créées des filiales « audiovisuelles » (ce qui leur permet de profiter de ce régime et de ne pas engager un salarié).

[1134] En plus de ce point, il faut ajouter les inquiétudes suscitées chez les éditeurs par la réduction du temps de travail à trente-cinq heures, établis par le gouvernement Jospin en deux temps avec deux lois respectivement de 1998 et 2000.

[1135] Le contrat de missions envisagé serait calqué sur le principe des contrats de chantier en vigueur dans le secteur de la construction et du bâtiment (BTP). Il s'agit d'un contrat à durée indéterminé qui comporte une clause indéterminé : la fin de chantier. Son principe est de permettre l'embauche d'un salarié pour la durée d'un chantier. Dans le jeu vidéo, cela serait donc pour le temps de la production d'un logiciel ludique, et ainsi d'aller au-delà de ce que la loi autorise avec un CDD (18 mois). Soulignons que parmi les différentes mesures réclamées, seules celles qui visent à aider l'industrie d'un point de vue financier sont mises en place après la période que nous étudions. Fries (Fabrice), *Propositions pour développer l'industrie du jeu vidéo en France*, 22 décembre 2003, p. 42.

b) Le marché du jeu vidéo

L'industrie des jeux vidéo est un secteur qui n'est pas uniforme. Si nous pouvons l'analyser dans sa globalité, néanmoins elle présente différentes réalités qui viennent fragmenter le secteur. Ainsi, les divisions observées se rapportent à une distinction entre le matériel et les logiciels, la nature des machines ludiques (arcade, ordinateur et console) et enfin à des zones géographiques (généralement marché américain, japonais et européen).

Le développement du marché des jeux vidéo

D'un point de vue général, notre période d'étude est synonyme pour ce secteur de développement, non seulement industriel, mais aussi économique. Lors de l'émergence des jeux vidéo, au début des années 1970, les entreprises prennent à leur charge toutes les étapes menant les produits ludiques aux consommateurs (conception, production, édition, distribution, publicité). Il n'existe pas de différenciation entre l'industrie du matériel et celle du logiciel. Les constructeurs de machines, et au premier plan desquels se trouvent Atari, sont les seuls à concevoir des jeux pour leurs systèmes ludiques. De la même manière, le marché, notamment celui des consoles, ne dispose pas d'infrastructures ou de réseaux de distributions propres[1136]. Il repose sur ceux et celles de secteurs annexes comme la télévision, la vidéo (cassette vidéo, club vidéo) ou les produits électroniques. C'est la croissance de l'industrie qui amène le jeu vidéo à se sectoriser, à se doter et à diversifier ses modalités de production et de distribution[1137]. Par exemple, à partir de 1979, l'industrie du logiciel émerge et elle se sépare du secteur matériel[1138]. Des entreprises tierces, spécialisées dans la création de jeux, apparaissent et elles se

[1136] « *L'histoire des jeux vidéo*, partie 2 : les prémices d'un nouvel âge : 1975-1982 » dans *Joypad*, n° 94, février 2000, p. 72 col. 1.
[1137] Natkin (Stéphane), *Jeux vidéo et médias du XXIe siècle : Quels modèles pour les nouveaux loisirs numériques ?*, Paris, Vuibert, 2004, 144 p. ; p. 22.
[1138] En octobre 1979 est crée le premier éditeur tiers de l'industrie des jeux vidéo, nommé Activision. Sa création est à mettre en parallèle avec la politique d'Atari qui ne désire pas promouvoir les créateurs des jeux pour sa console ; les titres ludiques devant rester des « créations Atari ». Activision est donc née en partie pour donner une plus grande visibilité aux auteurs des logiciels ludiques (à cette époque, des programmeurs).

mettent à développer des titres ludiques pour les machines présentes sur le marché[1139].

Caractéristiques générales du marché des jeux vidéo

Les jeux vidéo fondent leur croissance sur la technologie et les progrès techniques[1140], aussi bien en matière de logiciels que du coté du matériel. Les jeux et les systèmes ludiques doivent être à la pointe des avancées informatiques, non seulement en terme de conception mais aussi dans les composants électroniques qu'ils intègrent. Surtout, ils doivent pouvoir le montrer et le prouver à l'écran ce qui, la plupart du temps, passe par l'image (graphisme, animation) ou par l'intelligence artificielle (gérée dans les jeux). La question technique est aussi importante pour les joueurs qui y attachent une grande attention. Ils s'intéressent à une machine ou à un logiciel plus facilement lorsqu'ils estiment, au regard des informations données dans la presse et par les industriels, que celle-ci ou celui-ci dispose d'un capital technologique indéniable et intéressant. Ils établissent, pour la plupart, un lien entre qualité et technologie, et à travers elle, il y a la volonté d'avoir des assurances sur la qualité du produit désiré et sur le plaisir qu'il laisse augurer. Chaque jeu, chaque génération de machines doit ainsi apporter son lot d'améliorations techniques.

Le marché des jeux vidéo fonctionne par cycles, provoquant à chaque saut de génération, environ tous les cinq ou six ans pour les consoles, un nouveau départ pour les industriels. Il n'y a donc jamais d'acquis, puisque presque tous les résultats et les investissements sont remis en cause. Ainsi, le but pour les constructeurs consiste à vendre le plus possible de machines afin de se constituer une base importante de joueurs, ce qui permet d'attirer le plus grand nombre d'éditeurs. Ces derniers vont, en effet, faire paraître en priorité des jeux pour les plates-formes les plus vendues. Ce système les fragilise car ils ne peuvent compter sur un parc

[1139] Ces entreprises peuvent à la fois être développeur et éditeur, ou simplement endosser un de ces deux rôles. Notons également, comme nous avons pu le voir dans la partie conception, qu'à la fin de notre période d'étude, une sectorisation du milieu logiciel débute avec la spécialisation d'entreprises dans des domaines particuliers de la production (société spécialisée dans l'intelligence artificielle, dans les moteurs de jeux).
[1140] Ministère de la culture et de la communication, « *La création de jeux vidéo en France en 2001* » dans *Bulletin du département des études et de la prospective*, n° 139, juillet 2002, p. 1 col. 1.

cumulatif de machines[1141], ni sur la constitution d'un catalogue. Du côté des joueurs, ce fonctionnement les met devant des choix importants voire difficiles à prendre car, outre l'aspect financier[1142] du renouvellement régulier de leur matériel[1143], ils doivent sélectionner le support le plus à même d'avoir du succès sur le marché et donc susceptible d'accueillir un grand nombre de jeux, ainsi que les titres les plus intéressants.

En ce qui concerne les logiciels, les profits sont majoritairement réalisés sur des « produits frais » (environ 80% contre 20% sur le fonds de catalogue[1144]). Autre caractéristique, la durée de vie commerciale des jeux est courte puisqu'elle est de trois ou quatre mois[1145]. Le gros des ventes se réalisent la plupart du temps sur le premier mois de commercialisation[1146]. De plus, la plupart des titres disparaissent des rayons des magasins en moins d'un an[1147] et lorsque les stocks arrivent à épuisement, les logiciels ludiques ne sont pas réédités (sauf exception rare). Le marché du neuf est ainsi entièrement tourné vers la nouveauté et, pour se procurer des titres plus anciens, il faut s'orienter vers le marché de l'occasion (boutique spécialisée ou petites annonces). Ceci nous apparaît comme une particularité du marché des jeux vidéo, car ce n'est pas le cas dans les autres industries culturelles comme la musique ou le cinéma. Il est par exemple possible, au début de l'an 2000, de se procurer des films datant des années 1960 sur le support DVD, mais aussi d'acheter des nouveautés musicales sur disques vinyles. Dans le jeu vidéo, ces types d'achats sont inconcevables[1148].

[1141] Même sur ordinateur *PC* : si les jeux sont censés fonctionner sur un éventail large de configurations, dans la pratique de nombreux problèmes se posent sur des modèles considérés comme ancien. La puissance demandée par les jeux pousse l'utilisateur soit à jouer avec un niveau graphique en deçà des possibilités ou bien alors à changer de matériel (machine entière ou simplement un élément) pour pouvoir profiter du programme ludique dans des conditions optimales.

[1142] Nous analyserons la question des prix dans la partie consacrée à la vente. Voir p. 390.

[1143] Généralement, les joueurs suivent tôt ou tard les évolutions du marché et ils renouvellent leur matériel, pour suivre le mouvement. Dans le choix, il y a également une question sociale dans le sens où un joueur ayant un système ludique différent de son entourage peut se retrouver marginalisé durant des discussions ou des échanges (prêt de jeux entre camarades par exemple).

[1144] Lafrance (Jean-Paul), « *Les jeux vidéo : à la recherche d'un monde meilleur* », Paris, Lavoisier, 2006, 253 p. ; p. 105.

[1145] Higuinen (Erwan), « Consoles : la guerre des trois » dans *Cahier de cinéma, hors série spécial jeux vidéo*, septembre 2002, p. 16 col. 3.

[1146] Ajoutons que les sorties des jeux sont concentrées au moment des fêtes de fin d'année.

[1147] Le Diberder (Alain), « La recherche et développement dans les jeux vidéo » dans *AFJV.com*, 20 août 2003, http://www.afjv.com/press0306/030617_clve.htm

[1148] De ce fait, le joueur ne pourra pas trouver dans les magasins des succès commerciaux du début des années 1980, compatibles avec sa machine. Toutefois, il peut y avoir des sorties de compilations d'anciens titres d'arcade, mais ce n'est pas une norme. Pour notre second exemple, soit la commercialisation d'une nouveauté

Les jeux vidéo appartiennent à un secteur totalement mondialisé[1149]. Les logiciels ludiques et les machines spécifiques, comme les consoles, sont des produits qui sortent sur l'ensemble des marchés, quasiment sans modifications, et dans des périodes de temps plus ou moins proches. Les jeux d'origine française représentent sur le marché hexagonal, environ 11% en volume et 9,5% en valeur[1150]. Du point de vue des éditeurs français, ces derniers 27% du marché en volume et 24% en valeur. Il est à noter que les jeux vidéo sont à la fin de notre période d'étude, la seule industrie culturelle française qui exporte plus de 80% de sa production[1151]. Cependant, cette particularité provient du fait qu'il est impossible en France, contrairement au Japon ou aux Etats-Unis, de rentabiliser les jeux sur le seul marché intérieur[1152]. Les joueurs français consomment donc une très large part de produits étrangers, essentiellement anglo-saxons et japonais. Il faut également souligner que les succès commerciaux sont, dans la plupart des cas et sauf exception, identiques sur l'ensemble des marchés, et que les joueurs disposent, à travers le monde, des même références.

Economiquement, l'industrie connaît un taux de croissance, de la fin des années 1970 au début des années 2000, d'environ 13% par an[1153], et ce malgré les crises pouvant l'affecter. Il faut d'ailleurs souligner que se sont ses performances économiques qui lui permettent d'attirer l'attention du public mais aussi celle des milieux professionnels (investisseurs, autres industries culturelles, presse).

---

sur un support de stockage désuet, c'est impossible. Par exemple, à la fin de notre période d'étude, il n'y a aucun programme ludique qui est édité sur disquette.

[1149] Il faut noter que ce domaine et la réussite du secteur sont souvent représentés et symbolisés par une entreprise, dans l'imaginaire du grand public. Généralement, il s'agit de la société dominant le marché des consoles. Ainsi, à la fin des années 1970 et au début des années 1980, le jeu vidéo est synonyme d'Atari, puis entre la fin 1980 et le milieu des années 1990, ce rôle revient au japonais Nintendo puis, à Sony, à partir de la seconde moitié des années 1990.

[1150] Ministère de la culture et de la communication, « *La création de jeux vidéo en France en 2001* » dans *Bulletin du département des études et de la prospective*, n° 139, juillet 2002, p. 5 col. 2.

[1151] *Ibid*. p. 7 col. 1.

[1152] Au niveau des ventes, par exemple, un jeu comme *GTA*, sorti en 1997, se vend en France à 30 000 exemplaires. Les jeux atteignant ce chiffre, sont considérés comme de grands succès au milieu des années 1980 sur le marché américain. En Grande-Bretagne, *GTA* s'écoule en comparaison à 350 000 unités. Les records de ventes sur le marché français sont établis, durant la période étudiée par le jeu *Gran Turismo* (sur *Playstation*) avec 500 000 exemplaires en 1999, puis par Pokemon qui est le premier jeu à se vendre à un million d'exemplaires. Voir : Lenhard (Gentiane), *Faut-il avoir peur des jeux vidéo ?*, Paris, ESF, 1999, 185 p. ; p. 22 ; Ichbiah (Daniel), *Bâtisseurs de rêve : enquête sur le nouvel eldorado des jeux vidéo*, Paris, First Documents, 1997, 430 p. ; p. 110 ; Gollum, « *Dossier* : les jeux vidéo explosent le box office, la France s'y met » dans *Joypad*, n°84, mars 1999, p. 91 col. 3 ; TSR, « *Tendance* : faut-il avoir peu de Pikachu ? » dans *Joypad*, n°3 col. 1.

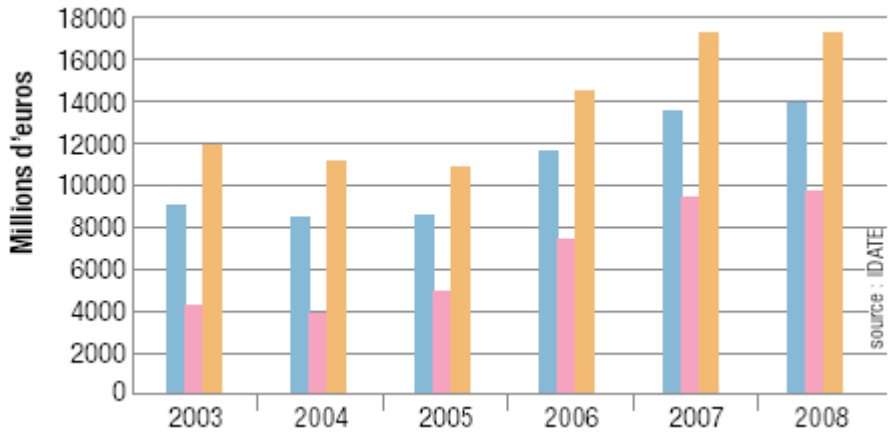
[1153] Ministère de la culture et de la communication, « *La création de jeux vidéo en France en 2001* » dans *Bulletin du département des études et de la prospective*, n° 139, juillet 2002, p. 1 col. 1.

Notamment, à deux reprises, les jeux vidéo se font remarquer par leurs résultats financiers quelque peu incroyables pour un secteur qui n'est pas encore considéré comme majeur. Au début des années 1980, Atari se distingue en réalisant la moitié des revenus de la société Warner à qui elle appartient[1154]. En outre, le jeu *Asteroids* pour la console *VCS* (adaptation du jeu d'arcade) rapporte à lui seul plus d'argent que les grands succès du cinéma du moment[1155]. Le second exemple est celui de Nintendo qui en 1992 annonce un bénéfice avant impôt de 24 milliards de francs[1156] (au niveau mondial). Un résultat supérieur à l'ensemble des bénéfices réalisés par les studios de cinéma d'Hollywood.

Du point de vue général, tout au long de la période étudiée la demande en jeu vidéo est soutenue et le secteur génère des bénéfices importants. En 1994[1157], une étude du Centre français du commerce extérieur estime la demande annuelle à un peu plus de 36 milliards de francs (avec une croissance d'environ 20% par an). En 2001, le chiffre d'affaire de l'industrie (logiciel et matériel) est compris, selon les études, entre un peu plus de 15 milliards d'euros[1158] et 18 milliards d'euros[1159]. Le marché le plus important de l'industrie sont les Etats-Unis, suivi par l'Asie (principalement le Japon) et enfin l'Europe[1160]. Signalons que cet ordre des trois grands territoires demeure en place tout au long de la période étudiée. Cependant, le développement du marché européen est notable à partir de la fin des années 1990 et au début des années 2000. L'Europe arrive même en seconde position devant le Japon selon certaines études (graphique 2.4).

[1154] En 1982, l'entreprise réalise un chiffre d'affaire de 2 milliards de dollars et un bénéfice de 323 millions de dollars. Ichbiah (Daniel), *Bâtisseurs de rêve : enquête sur le nouvel eldorado des jeux vidéo*, Paris, First Documents, 1997, 430 p. ; p. 60.
[1155] *Ibid*. p. 14.
[1156] *Ibid*.
[1157] Sarron (Catherine, sous la direction de), « *Jeux vidéo* », Centre français du commerce extérieur, direction des industries et services, Les éditions du CFCE, mai 1994, 77 p. ; p. 7.
[1158] Le détail montre que le marché américain réalise un chiffre d'affaire de 10,8 milliards d'euros, le marché japonais de 4,04 milliards d'euros et le marché français de 920 millions d'euros. « *Chiffre d'affaire du jeu vidéo en 2001* » dans *AFJV.com*, mardi 26 décembre 2006, http://www.afjv.com/chiffres/030718_chiffres01.htm
[1159] Ministère de la culture et de la communication, « *La création de jeux vidéo en France en 2001* » dans *Bulletin du département des études et de la prospective*, n° 139, juillet 2002, p. 1 col. 1.
[1160] Selon le livre *Les jeux vidéo : à la recherche d'un monde meilleur*, ces trois marchés représentent respectivement 42%, 33% et enfin 25% du secteur. Lafrance (Jean-Paul), *Les jeux vidéo : à la recherche d'un monde meilleur*, Paris, Lavoisier, 2006, 253 p. ; p. 104.

Graphique 2.4: Marché mondial du jeu vidéo entre 2003 et 2008 (millions d'euros)[1161]



bleu : Europe, rose : Japon, orange : Etats-Unis

Il apparaît également que les consoles de jeux s'imposent, depuis leur retour en Occident à la fin des années 1980, comme le principal système ludique au sein des foyers. A la fin de l'année 2003, le parc mondial s'élève à 97,64 millions de machines[1162]. C'est aussi le moteur prédominant du marché du jeu vidéo puisque les ventes des jeux pour cette plate-forme de salon représentent 57% des ventes de logiciels du domaine[1163]. Les jeux pour ordinateur *PC* atteignent une part de 22% tandis que 21% sont réalisés par les consoles portables, des appareils divers et le jeu en ligne.

Le marché français des jeux vidéo

En ce qui concerne plus spécifiquement la France, le marché hexagonal réalise un chiffre d'affaire total qui, malgré quelques fluctuations, est en constante augmentation. Ainsi, en 1992[1164], il s'élève à 4,5 milliards de francs (68 602 0577 euros). Un chiffre identique est atteint en 1998[1165], après trois années de baisse.

[1161] « Marché mondial des jeux vidéo, Jeux vidéo : vers les consoles nouvelle génération ! synthèse de l'étude réalisée par l'IDATE » dans *AFJV.com*, mercredi 13 janvier 2010, http://www.afjv.com/press0407/040702_jeux_video_etude.htm#1
[1162] *Ibid.*
[1163] Lafrance (Jean-Paul), *Les jeux vidéo : à la recherche d'un monde meilleur*, Paris, Lavoisier, 2006, 253 p. ; p. 104.
[1164] Sarron (Catherine, sous la direction de), « *Jeux vidéo* », Centre français du commerce extérieur, direction des industries et services, Les éditions du CFCE, mai 1994, 77 p. ; p. 25.
[1165] Lenhard (Gentiane), *Faut-il avoir peur des jeux vidéo ?*, Paris, ESF, 1999, 185 p. ; p. 40.

Cette dernière semble être générale puisque le quotidien *Le Monde* note en septembre 2000 :

« le marché de l'électronique grand public profite à plein de la croissance économique. Alors qu'il n'avait cessé de décroître de 1991 à 1997 (avec des volumes stagnants et des baisses de prix de 6 % à 10 % par an), il a fortement redécollé en 1998, sous l'effet de la reprise et de la Coupe du monde de football […] Les consoles de jeu (Gameboy, Playstation) enregistrent une croissance annuelle de 200 %.»[1166]

Tableau 2.8: Nombre de consoles vendues en France de 1987 à 1991[1167]

1987	80 000
1988	120 000
1989	250 000
1990	832 000
1991	2 319 000

Tableau 2.9: Evolution des ventes de jeux vidéo en France[1168]

	Volume (milliers)		**Valeurs (millions d'euros)**	
année	**Jeux consoles**	**Jeux PC**	**Jeux consoles**	**Jeux PC**
1990	2 500		113	
1991	4 500		203	
1992	6 000		267	
1993	5 600		246	
1994	5 400		238	
1995	4 555		200	
1996	4 170	1 920	185	21
1997	5 660	3 110	256	110
1998	8 700	4 362	366	145
1999	10 700	5 680	399	160
2000	13 320	6 875	476	170
2001	14 315	6 855	487	187
2002	16 570	7 615	647	212
2003	17 600	7 665	676	215
2004	18 950	9 559	763	252
2005	18 560	9 952	744	238
2006	21 700	11 083	798	241

[1166] « L'Etat lance la privatisation de Thomson Multimédia. L'électronique en grande forme » dans *Le Monde*, 17 septembre 2000, http://www.lemonde.fr/web/recherche_breve/1,13-0,37-100769,0.html?xtmc=l_electronique_en_grande_forme&xtcr=4

[1167] « *Stop Info* : quelques chiffres » dans *Player One*, n° 27, janvier/février 1993, p. 18 col. 1.

[1168] Kahn (Alain), Richard (Olivier), *Les Chroniques de Player One : 20 ans de jeu vidéo et de manga*, Boulogne-Billancourt, Pika Edition, 2010, 299 p. ; p. 297.

Tableau 2.10: Répartition par genre des ventes de CD-Rom en volume en 2000 (ventes réalisées en France auprès des consommateurs finaux)[1169]

Catégorie	
Jeux	53%
Education	21%
Art et culture	8%
Vie pratique	16%
Autres 2	2%

Depuis lors, la progression est ininterrompue. Nous la remarquons avec les tableaux 2.8 et 2.9. Par exemple entre 1987 et 1991, le nombre de consoles vendues en France passe de 80 000 unités à un peu plus de 2 millions d'unités. En ce qui concerne les jeux, on peut constater que leurs ventes augmentent aussi bien en volume qu'en valeur. En outre, notons la supériorité des chiffres des jeux pour consoles sur ceux des jeux pour ordinateurs.

Nous pouvons penser que le marché des jeux vidéo profite à la fois de l'accroissement du marché de la culture et des loisirs (+ 4,4 % en volume en 2002, + 3,1% en 2003) ainsi que de celui des jouets[1170]. Ces derniers connaissent une hausse importante en volume entre 2001 et 2002, respectivement de 12% et de 9,3 %, avant de ralentir en 2003 (hausse de + 0,7%)[1171]. Comme on peut le voir sur le tableau 2.10, en 2000, les jeux vidéo réalisent plus de la moitié des ventes de CD-ROM en France. En 2002, le marché français du jeu vidéo représente, dans son ensemble 1,67 milliard d'euros (en progression de 21% par rapport à 2001)[1172]. Ce dernier chiffre est supérieur aux recettes des salles de cinéma (1,014 milliard d'euros) et il est proche du chiffre d'affaire du secteur vidéo et DVD (1,619 milliard d'euros). En outre, les entreprises françaises réalisent un chiffre d'affaire d'environ 450 millions d'euros (et 100 millions d'euros de valeur ajoutée)[1173].

[1169] http://www.afjv.com/chiffres/030718_chiffres03.htm
[1170] « La consommation des ménages en 2003 » dans *INSEE Résultat*, n° 32, juillet 2004, p. 24 col. 1.
[1171] *Ibid.* col. 2.
[1172] « Jeux vidéo : le nouvel Infogrames espère être sorti de la crise. Un secteur en forte progression » dans *Le Monde*, 1er août 2003, http://www.lemonde.fr/web/recherche_breve/1,13-0,37-814242,0.html?xtmc=un_secteur_en_forte_progression&xtcr=2
[1173] Ministère de la culture et de la communication, « *La création de jeux vidéo en France en 2001* » dans *Bulletin du département des études et de la prospective*, n° 139, juillet 2002, p. 7 col. 1.

Cependant, il faut relativiser cette croissance, car d'autres produits technologiques se répandent avec une ampleur plus importante dans les foyers, en raison de leur caractère plus grand public que les jeux vidéo. Par exemple, en 2003, 25 millions de jeux vidéo sont vendus en France[1174]. Entre 2002 et 2003, les ventes de films sur disque DVD passent de 49 millions à 76 millions d'unités[1175].

De même, au niveau du matériel, en fin d'année 2002, 2,6 millions de consoles[1176] sont dans les foyers français (1 foyer sur 10)[1177]. Les ventes de lecteurs DVD (pour regarder des films), pour leur part, s'établissent à 3 millions en 2002 et à 5,5 millions en 2003[1178].

Enfin, le Tableau 2.11 montre que les consoles sont l'équipement qui progresse le moins rapidement dans les foyers (+5,8 % au premier trimestre 2003). Toutefois, on peut s'apercevoir qu'il s'agit d'un matériel dont la fonction est bien spécifique par rapport aux autres produits de la liste, qui peuvent apparaître comme beaucoup des produits plus « familiaux » (comme les appareils photo numérique).

Tableau 2.11: Evolution du taux d'équipement des foyers (1er trimestre 2003)[1179]

Appareil Photo Numérique	+ 60,5 %
Lecteur de DVD Vidéo	+ 43,1 %
Accès Internet haut débit	+ 33,9 %
Home Cinéma	+ 28,3 %
Lecteur de CD Rom	+ 9,7 %
Graveur de CD Rom	+ 8,8 %
Micro-ordinateur	+ 8,5 %
Imprimante	+ 7,2 %
Accès Internet (bas et haut débit)	+ 6,3 %
Console de Jeux	+ 5,8 %

[1174] Hecq (David), « *Nouvelles du Front*: Le jeu vidéo progresse en 2003 » dans *Objectifmicro.org*, 20 février 2004, http://www.objectifmicro.org/modules.php?name=News&file=article&sid=242
[1175] « La consommation des ménages en 2003 » dans *INSEE Résultat*, n° 32, juillet 2004, p. 25 col. 2.
[1176] Nous ne savons pas s'il s'agit du chiffre pour la seule année 2002 (2,6 millions de console vendues sur l'année) ou pour l'ensemble du marché français. Nous pensons qu'il représente les ventes sur l'année 2002, car dans la presse spécialisée, nous avons trouvé le chiffre de 16,8 millions de consoles de jeux en France (en 2003). Gollum, « *Business Pad* » dans *Joypad*, n° 131, juin 2003, p. 72 col. 1.
[1177] « Jeux vidéo : le nouvel Infogrames espère être sorti de la crise. Un secteur en forte progression » dans *Le Monde*, 1er août 2003, http://www.lemonde.fr/web/recherche_breve/1,13-0,37-814242,0.html?xtmc=un_secteur_en_forte_progression&xtcr=2
[1178] « La consommation des ménages en 2003 » dans *INSEE Résultat*, n° 32, juillet 2004, p. 25 col. 1.
[1179] « Evolution du taux d'équipement des foyers » dans *AFJV.com*, 18 juillet 2003, http://www.afjv.com/chiffres/030718_chiffres10.htm

Globalement, on peut dire qu'il y a un enracinement du jeu vidéo dans les loisirs des français. L'INSEE note à propos des jeux vidéo dans son étude sur la consommation des Français en 2003 :

« ceux-ci ne sont plus réservés aux jeunes et leur facilité d'utilisation avec l'arrivée de jeux non violents a permis d'attirer des publics très divers. Ils tendent à devenir des jeux familiaux comme les jeux de sociétés classiques. »[1180]

La configuration du marché hexagonal montre une domination des consoles, avec 70 % des jeux qui sont destinés à ce système, contre 30% pour les ordinateurs[1181]. Sony est, en France et dans le monde, leader du secteur des consoles avec 80 % du marché pour ses deux *PlayStation*[1182]. Derrière, Microsoft avec sa *Xbox* et Nintendo avec sa *GameCube* sont au coude à coude.

Les crises du secteur

Si cette industrie connaît globalement des résultats positifs, son ascension est toutefois freinée par plusieurs crises. Les deux premières sont principalement américaines et elles concernent davantage le marché des consoles de jeux. En 1976, une première dépression est causée par une offre supérieure à la demande[1183], tandis que la seconde crise, beaucoup plus importante et critique, se produit presque de façon abrupte[1184], à la fin de l'année 1983. Elle est provoquée essentiellement par le trop grand nombre de jeux médiocres présents sur le

[1180] « La consommation des ménages en 2003 » dans *INSEE Résultat*, n° 32, juillet 2004, p. 24 col. 2.
[1181] « Jeux vidéo : le nouvel Infogrames espère être sorti de la crise. Un secteur en forte progression » dans *Le Monde*, 1er août 2003, http://www.lemonde.fr/web/recherche_breve/1,13-0,37-814242,0.html?xtmc=un_secteur_en_forte_progression&xtcr=2
[1182] En décembre 2003, la console phare de la marque, la *Playstation 2*, compte 69,46 millions d'unités à travers le monde (15,90 millions au Japon, 29,09 millions en Amérique du Nord et 24,47 millions en Europe). En France, les derniers chiffres (fin 2003) font état de 3 millions de consoles vendues. Voir : http://www.scei.co.jp/corporate/data/bizdataps2_e.html; Gollum, « *Business Pad* » dans *Joypad*, n° 138, février 2004, p. 49 col. 3.
[1183] Le marché compte un très grand nombre de marques et de références alors qu'il n'est encore que peu développé. Il faut aussi ajouter que les consoles, et surtout les jeux proposés, sont quasiment identiques d'un modèle à l'autre. Les possibilités d'évolutions, afin de proposer des programmes ludiques différents, sont inexistantes. La sortie de crise intervient avec l'introduction des consoles à cartouches interchangeables et des micro-ordinateurs familiaux, mais aussi avec le développement du secteur logiciel (indépendant du matériel) et à l'arrivée des entreprises japonaises et de leurs jeux (principalement en arcade). Cario (Erwan), Le Diberder (Alain), Lanier (Gilles), *L'année du jeu vidéo 2004*, Paris, Calmann-Levy, 2004, 190. ; p. 21 et 22.
[1184] Elle survient après une année 1982, record pour cette industrie.

marché[1185]. Ces deux krachs ne touchent la France que modérément, en raison du décalage qui existe entre le marché américain et le marché hexagonal (mode, sortie de machines). Il faut noter que si la crise de 1983 est considérée comme un cataclysme pour le secteur[1186] dans les ouvrages français sur les jeux vidéo, nous n'avons pas trouvé de ton alarmiste dans une publication spécialisée comme *Tilt*. Dans ce magazine, elle est perçue comme une crise, certes grave, mais comme une crise de croissance[1187], presque naturelle pour une industrie encore émergeante. Elle montre surtout le passage de témoin (provisoire) dans les jeux vidéo, à cette époque, entre les consoles et les ordinateurs.

Concernant le marché français du jeu vidéo, nous relevons deux crises qui surviennent pour l'une, dans la première moitié des années 1990 et pour l'autre, au début de l'an 2000. Entre 1993 et 1996, le jeu vidéo en France connaît une baisse subite, quelque peu déconnectée de l'état général, plutôt positif, de cette industrie, au niveau mondial[1188]. Par exemple, cela se remarque principalement sur les ventes de jeux pour les consoles qui baissent continuellement en valeur, entre ces deux années[1189]. Le chiffre d'affaires décline de 267 millions d'euros en 1992 à 185 millions d'euros en 1996. La courbe remonte à partir de 1997 avec un chiffre d'affaires de 256 millions d'euros.

Si aucune explication ne peut être trouvée dans les jeux vidéo eux-mêmes pour expliquer cette baisse, en revanche nous pouvons y voir une conséquence de la crise économique de 1993 et de la contraction de l'activité que connaît la France durant cette période. D'autre part, ce ralentissement des ventes peut être aussi mis

[1185] Une grande partie de la production logicielle des consoles est inintéressante, et les consommateurs sont de plus en plus déçus par les titres qu'ils achètent. En outre, la crise est également provoquée par la saturation du marché (trop de machines ludiques, trop de jeux mauvais), les premières pertes économiques des acteurs du secteur, et la concurrence redoutable des ordinateurs familiaux. Le secteur des consoles est complètement abandonné en Occident et il ne se relève qu'avec la reprise en main des Japonais (notamment Nintendo). Ichbiah (Daniel), *Bâtisseurs de rêve : enquête sur le nouvel eldorado des jeux vidéo*, Paris, First Documents, 1997, 430 p. ; p. 14 et 15.

[1186] Outre le marasme financier qu'elle provoque (Mattel et Texas Instruments quittent le secteur par exemple), elle discrédite également les jeux vidéo et les consoles auprès des professionnels et du grand public.

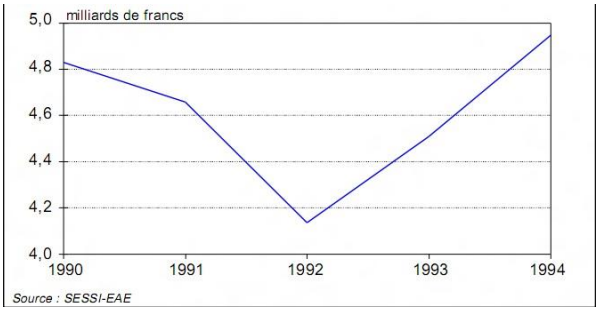
[1187] Delcourt (Guy), « *Laser Story* » dans *Tilt*, n° 15, septembre 1984, p.16 col. 2.

[1188] Il faut souligner que dans la presse spécialisée dans les consoles et chez les joueurs, il n'y a pas de sentiment de crise ou de morosité.

[1189] Kahn (Alain), Richard (Olivier), *Les Chroniques de Player One : 20 ans de jeu vidéo et de manga*, Boulogne-Billancourt, Pika Edition, Paris, 2010, 299 p. ; p. 297.

en parallèle avec ce qui existe dans d'autres secteurs qui rencontrent également un fléchissement de leurs affaires.

Graphique 2.5: Les jeux et jouets : le chiffre d'affaires de 1990 à 1994[1190]



C'est tout d'abord le secteur du jouet (graphique 2.5), intégrant une partie des jeux vidéo, qui connaît un creux de son chiffre d'affaires en 1992[1191]. Si cette industrie se redresse à partir de 1994[1192], les dépenses des Français dans ce secteur ne connaissent une hausse suivie qu'à partir de 2000[1193]. Outre le jouet, on note durant cette même période une baisse des dépenses dans le domaine de la télévision, hi-fi, vidéo et photo[1194]. Par contre, signalons que l'informatique n'est pas touchée par ces baisses[1195]. Cette crise de la première moitié des années 1990 se résorbe donc à partir de 1997 sous l'effet de la console *Playstation* de Sony qui rencontre un franc succès sur le marché français. Entre 1997 et 1999, les ventes de

[1190] Foucher (Marie-Claire), Prudhommeaux (Marie-Jeanne), « *L'industrie des jeux et jouets* » dans *Le 4 pages des statistiques industrielles*, Sessi, Ministère de l'Industrie, direction générale des stratégies industrielles, n° 56, décembre 1995, p. 1 col. 2.
[1191] Le chiffre d'affaires est alors légèrement en dessous de 4,2 milliards de francs (640 285 872 euros).
[1192] Le chiffre d'affaire progresse à un niveau supérieur à celui atteint en 1990, en s'approchant des 5 milliards de francs (762 245 086 euros). Les investissements reprennent également avec un pourcentage s'élevant à 30%. *Ibid.* col. 1 et 2.
[1193] En effet, d'après des chiffres de l'INSEE, nous observons que les dépenses des Français dans la rubrique regroupant les jeux, les jouets ainsi que les articles de sport connaissent une variation alternant baisse et hausse entre 1994 et 1999. En 1994, les dépenses sont de l'ordre de 8,6%, en 1995 de 8,7%, en 1996 de 8,5, en 1997 de 8,6%, en 1998 de 8,4% et enfin en 1999 de 8,3%. A partir de 2000 et jusqu'en 2003, les dépenses sont en hausse constante, passant de 8,5% à 9,3%. Dépenses culturelles et de loisirs, INSEE, http://insee.fr/fr/themes/tableau.asp?reg_id=0&ref_id=NATTEF05448
[1194]En 1992, la baisse des dépenses est de 12,8% (contre 14,2% l'année précédente) et elle se poursuit jusqu'en 1997 en atteignant 10,4%. Les dépenses remontent ensuite pour atteindre 10,8% en 2000 avant de connaître une nouvelle baisse que l'on peut peut-être lier à l'introduction de nouveaux produits comme les DVD ou les appareils photos numériques ou à la progression des dépenses dans l'informatique. *Ibid.*
[1195] Les dépenses des Français en informatique augmentent de 1992 à 2000, passant de 1,9% à 7,7%. Par la suite, on assiste à une légère baisse (6,8%) jusqu'en 2003 (provisoire en raison de la percée au-delà de notre période d'étude d'Internet et des ordinateurs portables). *Ibid.*

consoles augmentent de 41%[1196] et en 1998, la vente de logiciels de loisir (constitué à 50% par les jeux vidéo) entérine une hausse de 54%[1197].

La seconde crise, spécifique à la France, concerne les concepteurs de jeu et nous l'avons abordé dans le paragraphe sur l'emploi[1198]. Elle est provoquée par l'éclatement de la bulle spéculative sur les nouvelles technologies[1199], par les problèmes de gestions des entreprises et des frais de développement non couverts par les ventes des jeux produits[1200], et les mutations affectant le marché des consoles (arrivées de nouvelles machines, hausse des coûts de production).

Le marché français au niveau mondial

Naturellement, le marché français des jeux vidéo suit les tendances observées au niveau mondial. Intégrée au marché européen, la France fait partie des trois premières nations sur ce territoire avec l'Allemagne et surtout la Grande-Bretagne qui est le premier marché en Europe, tout au long de notre période d'étude. A la fin des années 1990, la France est le second marché du jeu vidéo en Europe[1201]. Mentionnons que les joueurs français (et la presse spécialisée) ont l'impression d'être lésés et oubliés par les grandes compagnies du jeu et d'appartenir à un marché mineur. Ce sentiment provient des analyses économiques montrant un retard de l'Europe[1202], notamment pour les sorties des jeux sur console. Celles-ci se déroulent presque toujours après les commercialisations japonaises et américaines. Ajoutons aussi l'absence de titres très attendus ou bien encore des adaptions bâclées[1203].

[1196] Gollum, « *Dossier* : les jeux vidéo explosent le box office, la France s'y met » dans *Joypad*, n°84, mars 1999, p. 92.
[1197] *Ibid*.
[1198] Voir p. 307.
[1199] Seb, « Les jeunes créateurs de jeux vidéo à l'affiche » dans *Overgame.com*, 24 mai 2004.
[1200] Le Diberder (Alain), « La recherche et développement dans les jeux vidéo » dans *AFJV.com*, 20 août 2003, http://www.afjv.com/press0306/030617_clve.htm
[1201] « La culture du jeu vidéo gagne les adultes. La guerre des géants japonais » dans *Le Monde*, 20 novembre 1998, http://www.lemonde.fr/web/recherche_breve/1,130,37173680,0.html?xtmc=la_guerre_des_geants_japonais&xtcr=2
[1202] Au vue du développement du marché des jeux vidéo en Europe, les ventes de jeux et les chiffres d'affaires sont souvent en retrait par rapport aux marchés américains et japonais. Sans compter, les difficultés et les coûts supplémentaires liés à la pluralité des pays (problèmes de langue par exemple).
[1203] Par exemple : absence de traduction française (jeu en anglais), travail mal fait (fautes d'orthographe), pas d'optimisation du jeu par rapport au standard télévisuel (SECAM, 50hz).

Un marché de plus en plus de masse

D'autre part, la nature du marché évolue, en tendant vers une consommation de masse. Contrairement à ce que l'on pourrait penser de prime abord, lorsque ce loisir apparaît, le marché des jeux vidéo ne vise pas que les passionnés. En effet, des années 1970 à la crise de 1983, le jeu vidéo se veut grand public et familial, à la manière des jeux de société et des jouets. Cependant, tout est remis en cause par la crise (en 1983) qui fait perdre le caractère grand public aux jeux vidéo. Dès lors, le marché se recentre sur les passionnés et sur les enfants. Ce n'est que progressivement qu'il se réoriente vers le grand public et attire des non joueurs, notamment grâce à des références telles que la *Game Boy*, la *Playstation*, ou certains logiciels ludiques tel le jeu pour *PC*, les *Sim's*.

En ce qui concerne le matériel et les logiciels, nous pouvons observer une massification des produits « vidéoludiques » tout au long de notre chronologie. Cette tendance est précoce car, comme nous avons pu le voir dans nos paragraphes sur le matériel ludique, les références sont nombreuses dès l'émergence du secteur. Cette impression d'abondance peut être renforcée, au début des années 1980, par le retard du marché français. Par exemple, dans le domaine des systèmes ludiques, la France accueille les trois grandes consoles américaines, au moment même où se développent les offres de micro-ordinateurs familiaux. En outre, les consommateurs peuvent se procurer des jeux électroniques de poche, mais aussi des *Consoles Pong*. Pour ce qui est des logiciels de jeux, depuis au moins les années 1990, le marché français référence chaque année environ milles jeux vidéo[1204], tous supports confondus (console et ordinateur).

Un marché français animé par la rivalité entre les consoles et les ordinateurs

Par ailleurs, on note la prédominance, suivant les époques, d'un certain type de système ludique. Si au début des années 1980, les consoles ont la préférence des consommateurs, la crise de 1983 les met au ban du jeu vidéo (en Occident). L'ordinateur devient la principale machine ludique des joueurs français jusqu'à la fin

[1204] Sarron (Catherine, sous la direction de), « *Jeux vidéo* », Centre français du commerce extérieur, direction des industries et services, Les éditions du CFCE, mai 1994, 77 p. ; p. 28.

de cette décennie où la console revient en force sous l'impulsion des Japonais Nintendo et Sega. Dès lors, le marché est bicéphale avec d'un côté les consoles et de l'autre l'ordinateur au standard *PC*.

La présence sur le marché de ces deux types de machines ludiques est la source d'un antagonisme, naissant au début des années 1980, et s'amplifiant au début de la décennie 1990, avec l'émergence des consoles japonaises et du *PC*. Cette rivalité est entretenue par les joueurs, la presse, et parfois par les industriels. Elle regroupe d'un côté les partisans des consoles et de l'autre ceux qui ne jurent que par l'ordinateur. Cette opposition cristallise les attentes et les angoisses des joueurs et montre leur désir de connaître et de posséder la meilleure plate-forme de jeux possible. Parmi les arguments employés[1205], nous pouvons citer la spécificité des consoles à ne faire que du jeu vidéo. Cela peut être utilisé pour dénigrer ce type de machine, par rapport à un ordinateur qui autorise d'autres activités, ou bien pour relever ses optimisations techniques pour le jeu[1206]. Par ailleurs, la console est souvent assimilée, de manière péjorative, à un jouet et donc à quelque chose qui n'est pas sérieux et réservé uniquement aux enfants. L'ordinateur, pour sa part, apparaît comme une machine élitiste, destinée à des joueurs fortunés. Ces derniers pensent généralement que leur machine offre les jeux les plus aboutis et les plus intéressants. En outre, nous relevons la mise en avant de la puissance de l'ordinateur, des arguments pédagogiques (l'ordinateur permet d'apprendre, la console non), la simplicité d'utilisation de la console, ou bien encore le coût de l'équipement[1207].

Toutefois, si le retour des consoles est parfois jugé, dans un premier temps, comme une invasion japonaise venant menacer les ordinateurs de jeux et l'ordre établi, on assiste en réalité à un partage du marché, et à une complémentarité des deux supports[1208]. Les consoles sont considérées comme mieux adaptées dans les jeux d'arcades et d'action tandis que les ordinateurs sont salués pour les jeux d'aventure, de rôle ou les simulations. Signalons qu'à travers nos recherches et nos

[1205] Huyghues-Lacour (Alain), « Enquête : console vs micro : la guerre du jeu » dans *Joypad*, n°2, novembre 1991, p. 34.
[1206] Par exemple, jeux en plein écran, pas de temps de chargement sur les consoles à cartouche.
[1207] Les arguments concernent soit le coût élevé des consoles (et surtout de leurs jeux) soit celui des ordinateurs (principalement la machine).
[1208] Renault (Jean-Loup), « ECTS : le salon des pros » dans *Tilt*, n° 91, juin 1991, p. 34 col. 4.

lectures, nous avons trouvé une certaine tendance française à mettre en avant l'ordinateur *PC* et certains de ses jeux, au détriment des consoles qui sont mésestimées, voire dénigrées. Cette position peut paraître surprenante quand on sait que les consoles constituent une par importante du marché et de l'industrie, mais aussi des systèmes très répandus dans les foyers[1209]. Cependant, elle peut s'expliquer, en partie, par le désir de certains acteurs de l'industrie française[1210] de mettre en avant l'ordinateur, et la démocratisation de ce type de machine, pour obtenir l'attention et des subventions de l'Etat.

Conclusion : un marché français qui se fond dans le marché mondial du jeu vidéo

Le marché des jeux vidéo est un marché économique dont la vie est rythmée par les progrès techniques, mais aussi par des cycles. Ce fonctionnement engendre des dynamiques au moment du renouvellement du parc de machines ludiques, mais aussi il peut fragiliser l'assise des professionnels. Ces derniers doivent généralement reconstituer leur base de consommateurs, et faire face à l'augmentation des coûts de développement. Remarquons que le marché des consoles est un marché oligopolistique, dominé par deux ou trois constructeurs (Sega et Nintendo, puis Sega, Sony et Nintendo, et enfin Sony, Microsoft et Nintendo). Ce n'est pas une caractéristique des jeux vidéo car nous retrouvons cette tendance aussi dans le marché informatique, sur certains segments comme les microprocesseurs (Intel et AMD) ou les cartes graphiques (Nvidia ou ATI). De plus, le marché des jeux vidéo est tourné vers « l'avenir ». Il ne permet pas une franche exploitation des fonds de catalogue comme pour le cinéma ou la musique. L'économie du secteur repose avant tout sur la « nouveauté ». De même, la durée de vie commerciale des logiciels est courte. Ainsi, le marché du jeu vidéo est, d'une certaine manière, constamment en renouvellement.

Dans cet univers, le marché français n'est pas singulier. Il s'intègre au marché européen, qui fait partie de la troisième grande zone géographique du secteur. Tout au long de la période étudiée, c'est un marché en croissance, qui peut montrer

[1209] Nous abordons le sujet du taux d'équipement dans le paragraphe consacré aux joueurs. Voir p. 407.
[1210] C'est la théorie du sociologue Laurent Trémel, dans un article consacré aux enquêtes sur les jeux vidéo. Trémel (Laurent), « Comment et pourquoi les enquêtes nous leurrent... » dans *Planetjeux.net*, 23 août 2004, http://www.planetjeux.net/index.php3?id=article&rub=read&article=063

l'enracinement progressif des jeux vidéo dans la société. En outre, cette mondialisation du secteur est de plus en plus prononcée. Si au début des années 1980, en raison du décalage des commercialisations des produits ludiques, quelques différences s'observent comme le succès de l'*Atari ST* ou de l'*Amiga*, au début des années 2000, les grands succès sont les mêmes quelques soit le marché géographique. Les différences sont minimes. Ainsi, on peut noter que Sony domine l'ensemble du secteur, avec les mêmes jeux et les mêmes machines.

A la fin de notre période d'étude, nous pouvons remarquer un léger ralentissement de la croissance du marché. L'INSEE note qu'en 2003[1211], les ventes de console diminuent en nombre de 2%. Toutefois, cela entre dans un cadre général où cette année là, les dépenses en bien durable culturel et récréatif chutent de 5,7%. De même il y a une décélération du marché de la culture et des loisirs au début des années 2000[1212], ou bien encore une stagnation du marché du jouet. Cependant, l'Institut indique que la diminution des ventes de consoles est liée au manque de renouvellement des machines. Par ailleurs, la vente de jeux, pour sa part, progresse en nombre de 6%.

L'époque suivante est marquée par ce renouvellement, avec dans un premier temps de nouvelles consoles portables (*Nintendo DS*, *Playstation Portable*), puis par l'arrivée de la génération suivante de consoles de salon (*Wii*, *Xbox 360* et *Playstation 3*). Nous assistons à une reconfiguration du secteur, avec la domination des industries occidentales. Le marché s'ouvre à de nouveaux publics et sa mondialisation est renforcée, notamment par le fait que les produits ludiques sont de plus en plus commercialisés au même moment sur les trois grands territoires géographiques. A cela, il faut ajouter le renforcement et le développement de l'offre de jeux vidéo, avec Internet et ses jeux en ligne, mais aussi les téléphones portables. Ces derniers permettent, avec la progression des « *smartphone* » à la fin de la décennie 2000, de toucher un très grand public. C'est aussi une période où l'offre de matériel précède la demande. La *Playstation 3* est, par exemple, une console qui sert à installer dans le foyer le successeur du disque DVD, mais aussi à forcer les consommateurs à s'équiper d'une télévision haute définition. En outre, cette première

[1211] « La consommation des ménages en 2003 » dans *INSEE Résultat*, n° 32, juillet 2004, p. 24 col. 2.
[1212] *Ibid.* col. 1.

décennie du nouveau millénaire voit la généralisation du « micro paiement », c'est-à-dire l'achat par les joueurs de contenus optionnels vendus à bas prix en ligne.

c) Le piratage

Dans le jeu vidéo, le piratage[1213] est un phénomène qui touche l'industrie dans son ensemble. Pour le joueur, il prend essentiellement la forme de copies illicites des jeux[1214], le plus souvent gratuites, diffusées en dehors des circuits de distribution classiques et légaux[1215]. Les jeux piratés circulent sous l'aspect de médias (disquette, disque laser) ou de fichiers informatiques (sur les réseaux). Le piratage peut se classer en deux groupes ; à savoir l'un que l'on peut qualifier « d'amateur » et l'autre de « professionnel »[1216]. La différence fondamentale entre les deux provient du fait que le piratage « amateur » ne fait généralement pas commerce de cette activité tandis que le second, le piratage « professionnel »[1217] a pour but de réaliser des profits illicites.

L'émergence du piratage dans les jeux vidéo

Le piratage apparaît dans ce secteur à la toute fin des années 1970 et au début des années 1980, avec l'émergence des ordinateurs familiaux. Il naît de l'avènement, et de la démocratisation, des moyens de copies des différents médias utilisés pour stocker les programmes ludiques. Soulignons que durant cette période (fin 1970, début 1980), règne une certaine indulgence dans la société envers le piratage et le pirate informatique[1218]. Le mythe entourant ce dernier veut qu'il soit jeune, quelque peu anticonformiste, et surtout un expert (voire un artiste) de l'ordinateur, qui possède le savoir et les moyens de dominer la machine. En outre, au début des années 1990, le piratage est souvent assimilé à l'univers des « démos »[1219], en raison de quelques points communs[1220].

[1213] Par piratage, nous entendons principalement la contrefaçon d'une œuvre ou d'une invention et non pas l'intrusion illicite dans un système informatique ou dans un programme afin de perturber son fonctionnement ou de dérober des données. Cependant, on peut noter qu'en termes de jeux vidéo, ces deux aspects du piratage peuvent être liés, car les pirates sont susceptibles de modifier le programme informatique du jeu, afin de casser les protections du logiciel, pour pouvoir ensuite en faire des copies.
[1214] Nous excluons, bien entendu, les échanges et autres prêts de jeux originaux auxquels peuvent se livrer les joueurs entre eux.
[1215] Notons qu'il existe des exceptions comme nous le verrons un peu plus loin.
[1216] Desmedt (Patrice), « *Actuel* : fric crack : la fête est finie » dans *Tilt*, n° 24, septembre 1985, p. 70 col. 2.
[1217] Sous ce terme de « professionnel », nous incluons aussi bien des réseaux organisés (dont certains sont à la limite des réseaux criminels), mais aussi des pirates isolés, plus ou moins « amateurs », qui font commerce des jeux copiés.
[1218] *Ibid.* col. 1.
[1219] Voir lexique p. 6.

Il se développe principalement durant les années 1980 et il connaît un pic au début des années 1990. Le support disquette est une des causes du phénomène, car ce media devient bon marché et surtout il est très facile d'en faire des copies[1221]. Avec l'adoption du disque numérique comme support de stockage au début des années 1990, la pratique illicite diminue quelque peu en raison du manque d'outils (informatiques) pour effectuer les copies. De plus, lors de son apparition sur le marché, le matériel (disque vierge, lecteur et graveur de CD) coûte cher. Néanmoins, la démocratisation de ce support et des outils pour effectuer les gravures, mais aussi l'arrivée d'Internet, fait que le piratage connaît certainement une courbe croissante à la fin de notre période d'étude.

Si tous les acteurs de l'industrie le combattent, il faut souligner l'attitude ambiguë de certains constructeurs de machines ludiques qui ne sont pas hostiles à une part restreinte de piratage sur leur système, à l'image d'Atari avec le *ST* ou de Sony avec sa *Playstation*. Leur but étant de diffuser le plus grand nombre de leurs machines sur le marché, ils ne font pas tout ce qu'ils pourraient faire pour freiner et endiguer complètement le piratage, qui devient alors une sorte d'argument de vente. En achetant telle marque, le joueur sait qu'il peut se constituer une ludothèque à moindre frais. Néanmoins, cette politique est assez dangereuse, car lorsque le piratage dépasse un certain seuil, les éditeurs et les développeurs de jeux se détournent de la plate-forme ludique concernée, en raison du manque à gagner trop important. Durant notre période d'étude, certaines machines sont littéralement gangrenées par les pratiques illicites. C'est le cas, par exemple, des ordinateurs familiaux *Apple II*, *Atari ST* et *Amiga*.

Un impact financier

Les copies des logiciels ludiques et leur propagation provoquent des pertes financières pour l'industrie, d'autant plus qu'elles sont disponibles au moment, voire

[1220] Ces deux univers partagent un mode de fonctionnement commun (travail de groupe), un état d'esprit assez proche et un caractère plus ou moins international. De plus, certains jeux piratés comportent une « démo » en guise d'introduction. Toutefois, les buts sont complètements différents puisque les créateurs de « démos » ont pour vocation de réaliser des programmes originaux, à la fois artistiques et techniques. Brisou (Mathieu), Julienne (Francois), « *Dossier* : démos et merveilles » dans *Tilt*, n° 91, juin 1991, p. 94 col. 1.
[1221] Sans compter que le premier support répandu et bon marché des ordinateurs familiaux est la cassette audio.

avant, la commercialisation officielle des jeux[1222]. Le préjudice financier est chiffré[1223], et il est estimé, par exemple, à hauteur de 3,1 milliards de francs (environ 472 millions d'euros) en France en 1992. La même année, selon une association européenne d'éditeurs, 58% des jeux en circulation sont des copies illicites. En 2002, au niveau mondial, le piratage de jeux vidéo représente environ 2,6 milliards d'euros[1224]. Au début des années 2000, le SELL[1225] indique que sur les 250 millions de CD vierges vendus par an en France, 30% sont utilisés pour la copie de jeux vidéo[1226].

Cependant, l'INSEE note à propos du piratage dans l'industrie musicale que :

« toutefois le replis du marché n'est sans doute pas imputable uniquement au piratage car les CD téléchargés n'auraient pas nécessairement été achetés. Il faut noter également que les consommateurs sont de plus en plus attirés par les nouveautés technologiques de loisirs, les services sur téléphones mobiles, les jeux vidéo, les DVD »[1227].

Nous pouvons reprendre cette analyse et l'appliquer à l'industrie des jeux vidéo. Si l'impact financier est réel, on ne peut pas, pour autant, affirmer que les jeux piratés sont des ventes qui ne sont pas réalisées. En outre, les variations du marché des jeux vidéo (et notamment les baisses) peuvent être aussi causées par l'offre importante de produits culturels disponibles.

[1222] Généralement, les copies pirates des jeux sont disponibles quelques jours seulement après la commercialisation officielle. Cependant, et c'est de plus en plus courant à la fin de notre période d'étude, avec Internet notamment, il arrive qu'elles le soient même avant la disponibilité dans les commerces. Par ailleurs, ce réseau a accru la vitesse à laquelle apparaissent les copies pirates.

[1223] Soulignons notre difficulté à trouver des chiffres sur le piratage des jeux vidéo en France et le manque de pertinence de la plupart de ceux que nous avons observés. A la manière des autres données sur le marché des jeux vidéo, on note des problèmes de mesures et de méthodologies (discordances dans les définitions et les critères retenus). Les chiffres les plus fréquemment trouvés et donnés dans la presse se rapportent généralement à l'ensemble du piratage logiciel et non pas seulement aux jeux vidéo. Ainsi, ils englobent les logiciels professionnels qui concourent, selon nous, pour une plus grande part que les logiciels ludiques, au taux de piratage. Ceci a pour conséquence de gonfler les données de cette pratique illicite. D'autre part, certains chiffres se rapportent exclusivement aux Etats-Unis et ne sont pas mis en parallèle avec des chiffres français ou européens. Enfin, ils ne sont pas toujours accompagnés d'explications sur les critères retenus pour l'évaluation. Ainsi, nous ne pouvons pas les utiliser car nous ne savons pas à quoi ils se rapportent exactement.

[1224] Gollum, « *Business Pad* : Nintendo fatalise Lik Sang » dans *Joypad*, n° 133, septembre 2003, p. 47 col. 3.

[1225] Rappelons qu'il s'agit du Syndicat des Editeurs de Logiciels de Loisirs

[1226] Genvo (Sébastien), *Introduction aux enjeux artistiques et culturels des jeux vidéo*, Paris, L'Harmattan, 2003, 92 p. ; p. 24.

[1227] « La consommation des ménages en 2003 » dans *INSEE Résultats*, n° 32, juillet 2004, p. 25 col. 2.

Les machines ludiques concernées par le piratage

Tous les systèmes de jeux sont concernés par le piratage et, surtout, aucun n'est infaillible malgré les précautions prises pour endiguer ce phénomène. En ce qui concerne les machines d'arcade, le piratage touche les cartes de jeux venant s'insérer dans les bornes. Des cartes contrefaites sont réalisées par des réseaux pirates professionnels, puis elles sont vendues moins cher que les cartes originales. Ce type de piratage ne vise pas les particuliers mais les tenanciers des salles d'arcade ou de bars. Pour leur part, les joueurs rencontrent et pratiquent le piratage sur leurs deux principales plates-formes de jeux que sont les consoles et l'ordinateur.

Le piratage sur console est plutôt contenu jusqu'à la généralisation sur cette machine du disque optique, durant la seconde partie des années 1990. Avant cette période, les principales consoles utilisent le format cartouche qui limite grandement le piratage. En effet, ce media n'est pas un standard et les outils permettant de réaliser des copies[1228] ne sont pas disponibles dans le commerce et pour le particulier, malgré quelques essais au début des années 1980[1229]. Toutefois, il existe des cartouches pirates et des systèmes illégaux d'écriture et de reproduction des jeux.

[1228] Par exemple des graveurs ou des cartouches vierges.

[1229] D'après deux publicités et un article publiés dans le magazine *Tilt*, des entreprises proposent au public des duplicateurs de cartouches. Si l'initiative semble être légale, en revanche l'un des appareils de copie apparaît à la limite de la légalité, en profitant de la législation encore balbutiante dans le domaine des jeux vidéo. Il est présenté par l'importateur officiel de la console *Home Vision* qui met en avant la possibilité de copier les jeux du système phare d'Atari (son concurrent). Ces périphériques d'écritures de cartouches fonctionnent suivant deux modèles économiques différents. Le premier invite les consommateurs à acheter l'appareil et les cartouches vierges. Seule une des publicités indique le coût du périphérique (*Unimex SP 280*), fixé à 790 francs (120 euros) et de ses cartouches (98 francs/15 euros). Le second modèle économique se base sur les cartouches. L'acheteur acquiert une cartouche vierge puis il paie pour chaque enregistrement de jeux. La cartouche peut servir plusieurs fois car il est possible d'effacer son contenu et de copier de nouveaux jeux. L'appareil de copie n'appartient pas au consommateur qui doit se rendre dans un magasin affilié pour profiter du service. *Tilt* donne l'exemple de *Romox* qui propose les cartouches vierges pour un prix compris entre 145 francs (22 euros) et 250 francs (38 euros) et pour chaque enregistrement de jeux pour environ 100 francs (15 euros). Ces exemples sont les seules tentatives en France de proposer un périphérique de copie de cartouches ou un service d'enregistrement. Notons qu'un système quelque peu similaire est utilisé au Japon par Nintendo pour ses consoles *NES* et *Super Nintendo*. Voir : « Publicité : le *Repro-Game Home Vision* » dans *Tilt*, n° 8, novembre/décembre 1983, p. 123. ; « Publicité : duplicateur *Unimex SP 280* » dans *Tilt*, n°12, mai 1984, p. 15. ; « *Tilt journal* : je duplique, tu dupliques… » dans *Tilt*, n° 17, décembre 1984, p. 10 col. 1 et 2.

Les cartouches pirates peuvent être des jeux crées sans licence du constructeur[1230], et donc sans son aval, ou bien alors des compilations (sur une cartouche) de plusieurs logiciels ludiques vendus normalement séparément[1231]. Notons qu'aucune de ces cartouches pirates n'est d'origine française. Une grande majorité des jeux piratés pour consoles provient d'Asie (notamment de Hongkong). Pour ce qui est des systèmes servant à copier les cartouches[1232], ces derniers se placent sur le port cartouche de la console et ils copient le contenu du jeu sur une disquette d'ordinateur. Cette disquette ne peut être lue sur les consoles[1233] que par l'intermédiaire du copieur de cartouches. En France, ce type de périphériques ainsi que les cartouches pirates sont peu diffusés parmi les joueurs.

A partir de la seconde partie des années 1990 et des machines ludiques utilisant le disque laser pour stocker les jeux, le piratage sur console change de visage. Il devient beaucoup plus simple, car les techniques de copies passent par l'ordinateur et des outils « grand public » et non spécifiques. Il faut distinguer deux étapes dans la réalisation de la copie pirate. La première consiste à faire une image informatique du disque du jeu, en contournant les protections « anti-copie » des éditeurs. La seconde est l'opération de gravure sur un disque vierge. Le principal problème sur console se situe au niveau de la lecture du CD gravé. De base, ces systèmes ludiques sont protégés pour ne pas autoriser la lecture d'un tel CD par l'utilisateur. Afin de s'affranchir de cette limite, la principale solution est matérielle, et elle prend la forme d'une puce se fixant sur la carte mère de la console. La pose de ce composant annule la garantie du constructeur et elle se réalise la plupart du temps dans les boutiques spécialisées en jeux vidéo. Soulignons que ce genre de puce n'est pas exclusivement destiné à la lecture des CD gravés. Généralement, elle permet de

[1230] Ces jeux peuvent être des titres originaux, utilisant ou non une franchise connue, des programmes reprenant une licence connue mais en changeant des décors et/ou les personnages, des jeux venant de titres adaptés sur un système qui n'est pas le leur à l'origine, ou bien des logiciels proposant simplement des images. LVD, « *Jeux pirates made in Hong-Kong* » dans *Grospixel.com*, http://www.grospixels.com/site/piratehk.php

[1231] Par exemple, des cartouches pirates pour la console portable *Game Boy* peuvent contenir jusqu'à cinquante ou cent jeux (si la plupart des jeux sont différents, certains titres peuvent se trouver plusieurs fois sur une même cartouche).

[1232] Ce type de périphérique coûte environ 2000 francs (305 euros) mais il est revendu par les pirates entre 2500 francs (381 euros) et 6000 francs (915 euros) avec ou sans jeux. Olivier, « Dossier piratage : super *wild card* m'a tué, sale temps pour les pirates » dans *Joypad*, n° 39, février 1995, p. 12 col. 1.

[1233] Il faut donc obligatoirement posséder un copieur pour pouvoir lire les jeux piratés par cette méthode, ce qui limite grandement la diffusion et l'échange entre joueurs.

s'affranchir des protections régionales afin de lire les jeux étrangers, mais aussi la lecture de fichiers multimédias (musique, vidéo).

En ce qui concerne l'ordinateur, la copie des jeux et le piratage sont plus simples sur cette plate-forme parce que tous les outils pouvant amener le joueur à pirater, sont facilement disponibles. Les médias de stockage sont des standards en vente libre comme la disquette, la cassette audio ou le disque laser, et le matériel de gravure (graveur, logiciels) est dans le même temps commercialisé par les industriels. De plus, la machine ne dispose pas, en elle-même, de protections particulières. Les pirates ont besoin de casser les protections des logiciels ludiques, au moyen de programmes réalisés à cet effet, soit pour les copier sur un support physique, soit pour les utiliser comme s'ils les avaient achetés[1234]. Avec la généralisation des ordinateurs disposant d'un disque dur, il devient de moins en moins nécessaire, à la fin de notre période d'étude, de copier le jeu piraté sur un média. Toutes les opérations deviennent numériques et « dématerialisées ». En effet, il est possible de se procurer le jeu, sous la forme d'un fichier informatique, de l'installer sur son ordinateur et de jouer tout à fait normalement[1235].

Les sources des pirates

La source primaire du piratage provient des jeux originaux. Les jeux copiés servent de monnaie d'échange aux pirates, et il y a une compétition pour trouver et obtenir les dernières nouveautés, qui dans ces cercles ont une grande valeur. Il y a plusieurs façons d'obtenir les jeux originaux ou bien les nouveautés déjà copiées. Durant les années 1980 et jusqu'au début des années 1990, il y a l'échange, soit par

[1234] Deux sortes de logiciels permettent de tromper le programme informatique de jeu. Le premier enlève les protections et les différentes limitations. Dans le jargon informatique, ce type de programme est appelé un « *crack* ». Le second programme est un générateur de clé qui, comme son nom l'indique, génère automatiquement un numéro de série, que le joueur recopie lorsque le logiciel lui en demande un lors de son installation. Ces deux types de programmes peuvent être associés et ils sont parfois fournis par les pirates avec le jeu piraté.

[1235] Notons que même s'ils sont installés sur l'ordinateur, certains jeux fonctionnent uniquement en présence du media de stockage dans le lecteur. Pour s'affranchir de cette limitation, les pirates ont recours au type de programme que nous avons décrit dans la note précédente (le « *crack* »). Parfois, l'utilisateur n'a même pas besoin d'intervenir car, avant de diffuser le jeu sous forme « numérique », les pirates ont modifié les fichiers du jeu, pour éliminer cette contrainte. Une seconde solution existe qui prend la forme d'un programme appelé un lecteur virtuel. Celui-ci installe sur l'ordinateur, un lecteur virtuel de CD ou DVD et il permet ainsi de faire fonctionner des logiciels qui requièrent normalement le disque du jeu pour fonctionner, sans le support physique. Soulignons que le lecteur virtuel est un logiciel légal, qui n'est pas spécifique au piratage.

l'intermédiaire d'un contact entre particulier, soit dans le cadre d'un événement spécifique appelé « copy party »[1236]. De même, lors des salons informatiques ou dédiés aux jeux vidéo, certains pirates copient directement les jeux en démonstration[1237]. Les programmes peuvent aussi être trouvés dans des clubs informatiques ou bien sur les réseaux comme Internet et ses ancêtres. Toutefois, les principales sources de jeux originaux, durant cette période, sont les magasins spécialisés, la presse et les éditeurs de jeux eux-mêmes.

Les magasins spécialisés[1238] entretiennent des relations avec les pirates afin d'avoir un jugement sur la qualité des dernières nouveautés, ce qui leur permet ensuite de ne commander que les valeurs sûres. Leur but étant d'éviter de se retrouver avec un stock conséquent de jeux invendus[1239]. Pour ce qui est de la presse[1240], il s'agit plus de fuites à l'insu de la rédaction qu'une réelle coopération avec les pirates. Certains pigistes, payés à l'article et le plus souvent membre externe d'un magazine, demandent aux pirates les nouveaux jeux, et notamment des jeux étrangers, afin de proposer et de réaliser les tests de ces titres. En échange, le pirate réclame les originaux[1241]. Enfin, en ce qui concerne l'éditeur[1242], certains employés utilisent des copies pour tester les jeux de la concurrence. Ils entretiennent ainsi des relations avec les pirates, qui peuvent aussi fournir les programmeurs en logiciels professionnels.

Pour les joueurs qui ne sont pas dans le cercle du piratage, se procurer une copie pirate d'un jeu, demeure simple. Ils peuvent obtenir, échanger, voire acheter des jeux copiés par l'intermédiaire d'un contact (camarade de classe[1243], pirates, autres joueurs), d'une petite annonce parue dans la presse, par la vente par correspondance ou dans certains magasins spécialisés.

[1236] La « copy party » est une réunion entre jeunes férus d'informatique et de jeux vidéo très en vogue dans les années 1980, qui se déroule le plus souvent, dans des locaux municipaux. Les activités durant l'événement se résument aux jeux, mais aussi au piratage, et aux échanges de jeux. Elle permet également aux pirates de faire des rencontres et d'établir des contacts (notamment à l'étranger).
[1237] Ichbiah (Daniel), *Bâtisseurs de rêve : enquête sur le nouvel eldorado des jeux vidéo*, Paris, First Documents, 1997, 430 p. ; p. 395.
[1238] Boolauck (Dany), « *Actuel* : James Plombe : reso reso7 » dans *Tilt*, n° 61, décembre 1988, p. 107 col. 4.
[1239] *Ibid.* p. 108 col. 1.
[1240] *Ibid.* col. 2.
[1241] Ce qui revient à voler les originaux dans les locaux du magazine. *Ibid.*
[1242] *Ibid.* col. 3.
[1243] Les cours de recréation sont souvent un haut lieu d'échange de copies de jeux.

Attirons aussi l'attention sur le cas d'Internet qui à la fin de notre période d'étude vient modifier la façon d'obtenir les jeux piratés. En effet, avec ce réseau, il est encore plus simple et plus rapide d'avoir accès aux catalogues pirates ; et on assiste à une démultiplication des offres, avec plusieurs versions (pirates) d'un même jeu[1244]. De plus, avec l'utilisation des logiciels d'échange de fichiers[1245] (logiciel de pair à pair), les joueurs n'ont même plus besoin d'entrer en contact ou d'entretenir des contacts avec les pirates, puisque tout le processus se passe à distance et de façon quasi anonyme par l'intermédiaire d'un téléchargement.

Les profils des pirates

Les pirates forment une population plutôt homogène, constituée pour une grande part, d'individus jeunes, allant d'adolescents à des jeunes actifs[1246]. Potentiellement, tous les joueurs peuvent être des pirates, et il n'y a pas de prédispositions particulières à le devenir. Le piratage compte plusieurs catégories, dont les frontières sont minces et ne sont pas hermétiques. Cette pratique illicite peut être le fait de personnes isolées ou bien de groupes organisés et hiérarchisés.

Ces derniers sont très en vogue durant les années 1980, notamment durant l'ère de l'*Atari ST* et de l'*Amiga*. Ils se livrent même une compétition acharnée, les poussant à une certaine surenchère, dont le but est d'être les premiers à avoir les dernières nouveautés, à casser les protections ou à diffuser les titres piratés. Un groupe de pirates est composé, la plupart du temps, de quatre personnes. Les deux plus importantes sont le « déplombeur » et le « diffuseur ». Le premier[1247], également connu sous le nom de « *hacker* » est le personnage central du groupe, puisque c'est celui qui est chargé de casser les protections des jeux. C'est généralement un féru

[1244] Il faut noter que certaines versions des jeux d'ordinateurs contiennent des virus et autres programmes espions, pouvant altérer le fonctionnement de la machine. Ce n'est pas une caractéristique d'Internet car les jeux copiés sur disquette peuvent également en receler.
[1245] Nous pensons notamment à des logiciels comme *Kazaa*, *eDonkey2000*, *eMule* ou *WinMX* qui sont utilisés pour des échanges de toutes sortes de fichiers (musique, film, et jeux vidéo).
[1246] Par exemple, au début des années 1990, deux groupes de pirates font l'actualité, pour avoir crée un réseau de vente de copieur de cartouches pour la console *Super Nintendo*. Ces deux groupes sont composés de jeunes d'environ 22 ans et 23 ans. Ils sont passionnés d'informatique, n'ont pas fait de longues études, mais ils ont des notions suffisantes de gestion et d'économie, et un bon sens du commerce, pour mener efficacement et rigoureusement leur affaire lucrative. Olivier, « Dossier piratage : super *wild card* m'a tué, sale temps pour les pirates » dans *Joypad*, n° 39, février 1995, p. 14 col. 1.
[1247] Boolauck (Dany), « *Actuel* : James Plombe : reso reso7 » dans *Tilt*, n° 61, décembre 1988, p. 105 col. 2.

d'informatique, voire un informaticien, pour qui les protections constituent un défi (lancé par un autre informaticien), mais aussi un moyen d'approfondir ses connaissances en matière de programmation. Le second[1248] (ou « *swaper* ») s'occupe, pour sa part, de diffuser et d'échanger, notamment contre des nouveautés, les copies pirates de son groupe. Son principal but est d'être le premier à diffuser la copie d'un nouveau jeu. Les deux derniers membres d'un groupe de pirates sont le fournisseur de jeux originaux et le responsable des introductions[1249]. Le fournisseur d'originaux est chargé de récupérer des jeux. Sa tâche complète celle du « diffuseur » dans le sens où il doit trouver les titres qui n'ont pas été trouvés par ce dernier. Le responsable des introductions a pour mission d'intégrer au jeu piraté une « démo », faisant office de générique et de marque distinctive du groupe. Il intègre également une protection, afin d'éviter que d'autres pirates ne s'approprient les fruits du travail de ses camarades.

A côté de ces groupes de pirates, se trouve une masse de personnes qui s'adonnent au piratage (consommation de jeux piratés ou réalisation de copies) essentiellement dans le but d'obtenir de nouveaux jeux. Ainsi, on peut noter le pirate collectionneur[1250], qui cherche à accroître sa ludothèque et à posséder tous les jeux disponibles sur sa machine de prédilection[1251].

Les raisons du piratage

Nous pouvons penser qu'une des causes du piratage provient du fait que la plupart des outils servant à casser les protections des jeux, à copier ou à graver, sont disponibles légalement dans le commerce. La majorité des pirates utilisent de tels outils pour leur pratique, et seule une infime partie réalise ses propres programmes et utilitaires. Par exemple, c'est principalement le cas des graveurs et des disques optiques vierges. A ce propos, les industriels s'inquiètent, en fin d'année 1998, de l'accroissement des ventes de graveurs à un prix accessible[1252]. De même, au début

[1248] *Ibid.* col. 4.
[1249] *Ibid.* p. 107 col. 2.
[1250] *Ibid.* p. 106 col. 3.
[1251] Le collectionneur cherche à amasser véritablement tous les jeux possibles. Dans une grande majorité des cas, il ne joue pas à tous les jeux qu'il possède.
[1252] Un graveur de CD coûte entre 1500 francs (229 euros) et 3000 francs (457 euros) selon les modèles. Pour ce qui est des CD vierge, un disque vierge à usage unique vaut environ 10 francs l'unité (1,5 euro), tandis qu'un

des années 2000, la question du piratage provoque un retard dans la commercialisation des outils pour graver les disques DVD. Cependant, comme l'indique *Le Monde*, « *le prix d'un DVD vierge, entre 150 et 200 francs, reste dissuasif pour un piratage de masse* »[1253].

Nous pouvons aussi nous demander, si une partie du piratage de jeux vidéo, ne peut pas être liée aux pratiques d'enregistrement et de copie, qui se développent chez les particuliers, à la fin des années 1970 et durant les années 1980. En effet, outre la cassette audio pour la musique, on note au moment où se propagent les jeux vidéo en France, la démocratisation des magnétoscopes et des caméscopes. Le jeu vidéo, et l'informatique plus généralement, peuvent alors venir s'intégrer dans un mouvement où les individus ont pris l'habitude de copier la musique (disque, radio), et apprennent à le faire pour les films et les émissions de télévision.

Il faut ensuite ajouter l'envie de braver un interdit et le goût du jeu[1254]. Le piratage est ainsi assimilé à un jeu (interdit) comportant ses propres règles et ses propres défis. Casser la protection des logiciels et les diffuser, obtenir des jeux sans payer, dépasser les autres pirates, sont quelques un des buts à atteindre. A travers cette pratique, il peut aussi y avoir une recherche de reconnaissance, ou une envie d'acquérir une authentique célébrité.

Cependant, la principale raison qui pousse les joueurs à pirater ou à avoir recours au piratage, et nous l'avons déjà évoqué, c'est le désir d'obtenir des nouveaux jeux. Certains joueurs utilisent cette pratique illégale parce qu'ils ne peuvent s'offrir tous les jeux désirés[1255]. Le piratage est alors une tentation trop grande, et une solution simple, d'avoir des nouveaux jeux. Sans compter que notre période d'étude se caractérise par le développement et la multiplication des produits culturels. Ainsi, pour certains acheteurs, le piratage compense les limites de leur budget, mais aussi leur choix de consommation. De la même manière, la vente des

---

disque vierge à usage unique spécifique a un prix compris entre 23 francs et 55 francs selon le point de vente. « L'industrie du disque confrontée à de nouvelles formes de piratage : le matériel » dans *Le Monde*, 18 décembre 1998, http://www.lemonde.fr/web/recherche_breve/1,13-0,37178693,0.html?xtmc=les_pirates_du_cd&xtcr=112

[1253] « *Enquête* : DVD, la promesse d'un format universel, les pirates à l'affût » dans *Le Monde*, 18 avril 2001, http://www.lemonde.fr/web/recherche_breve/1,13-0,37-700438,0.html?xtmc=piratage_jeux_video&xtcr=43

[1254] Boolauck (Dany), « *Actuel* : James Plombe : reso reso7 » dans *Tilt*, n° 61, décembre 1988, p. 110 col. 3.

[1255] *Ibid.* p. 106 col. 2.

jeux apparaît également comme un moyen pour les joueurs, de s'offrir des nouveautés, ou du matériel ludique[1256]. Si une grande majorité des joueurs se livrant au piratage, continuent à acheter des originaux, quelques-uns uns ne consomment plus que des jeux copiés.

En outre, tout au long de notre période d'étude, un des arguments phares avancés par les joueurs pour justifier le piratage se concentre sur le coût des programmes ludiques dans le commerce[1257]. Ils sont jugés trop élevés, voire abusifs, notamment en comparaison des prix des médias vierges, ou par rapport à la qualité des jeux produits. Les joueurs se sentent même parfois escroqués par les éditeurs et les constructeurs. Le piratage est alors vu comme une « astuce », pour à la fois obtenir des jeux à moindre frais[1258], essayer des titres avant un éventuel achat, et savoir ainsi s'il mérite ou non l'investissement, ou jouer à des logiciels qui n'auraient pas été achetés, quel que soit le prix ou la qualité. Cette argumentation est par ailleurs utilisée lorsque le piratage se déplace sur Internet avec la question des téléchargements.

Les moyens de lutter contre le piratage

Pour combattre le piratage, différents moyens ont été mis en place par les éditeurs et les constructeurs, mais aussi par les législateurs et la justice. Le premier rempart contre le piratage prend la forme de protections installées dans les machines ludiques et les jeux, d'une manière logicielle ou matérielle. Elles ont pour but de tester l'appareil ou le programme ludique, pour savoir, suivant les informations récoltées, si elles peuvent ou non, autoriser la lecture du jeu. Dans le secteur des consoles, les protections sont à la fois matérielles et logicielles, et elles se trouvent au sein de l'appareil et dans les jeux. Elles sont là pour empêcher la lecture des jeux gravés mais aussi des logiciels officiels étrangers (américains et japonais). Il faut noter que les éditeurs utilisent leurs nouveaux jeux, pour mettre à jour les protections et ainsi combattre l'utilisation des adaptateurs (pour jeux étrangers) ou des puces.

[1256] Consoles de jeux, ordinateur, périphériques ou pièces détachées pour ordinateur.
[1257] Pour l'analyse des prix des jeux vidéo, voir p. 390.
[1258] Les prix des jeux copiés sont dérisoires et ils sont sans commune mesure avec les prix pratiqués dans les magasins. Les jeux copiés coûtent soit le prix d'un media vierge (disquette, CD) ou sa fourniture par le demandeur, soit une somme faible, entre 10 francs (1,5 euros) et 50 francs (7,6 euros), à la fin des années 1980. Boolauck (Dany), « *Actuel* : James Plombe : reso reso7 » dans *Tilt*, n° 61, décembre 1988, p. 106 col. 2.

Sur ordinateur, les protections prennent la forme d'un logiciel installé dans les jeux. Toutefois, durant les années 1980, certains éditeurs durant les années 1980 peuvent les coupler à un matériel externe, comme une clef, se fixant à l'un des ports de l'ordinateur[1259]. Le jeu vient alors vérifier la présence de l'objet pour fonctionner. En matière de protections, le support disquette et la période allant des années 1980 au début des années 1990, sont le théâtre de nombreuses expérimentations, dans ce domaine. On trouve ainsi des jeux protégés par différents codes. Ils demandent aux utilisateurs d'entrer un mot, une phrase ou un code de couleur. Pour d'autres, la protection se trouve dans la manière d'écrire et de répartir les données sur la disquette, ou bien dans la présence au sein de cette dernière d'une zone de test et de marquage[1260]. Avec le disque optique (CD, DVD), les jeux contiennent des programmes contre la copie et il requiert bien souvent la présent du media dans le lecteur pour fonctionner, même après installation sur le disque dur. Du côté des joueurs, ces derniers doivent généralement insérer une série de chiffres (la clef du programme) pour authentifier leur exemplaire pour le faire fonctionner ou avoir la possibilité de l'installer sur leur machine.

Cependant, les protections constituent les instruments les moins efficaces pour combattre le piratage. D'une part, les méthodes mises en place ne freinent en rien la pratique, car elles sont « cassées » en très peu de temps[1261], et d'autre part, leur création coûte cher aux éditeurs. De plus, elles peuvent même gêner l'utilisateur honnête, en provoquant divers désagréments[1262].

[1259] Delalandre (Jean-Philippe), « *Initiation* : protections : touché ? coulé ! » dans *Tilt*, n° 80, juillet/août 1990, p. 102 col. 1.

[1260] Lorsque les pirates tentent de copier un jeu, le logiciel vérifie s'il peut inscrire des données dans cette zone de test. En cas de réponse négative, la protection s'enclenche. De même, les concepteurs peuvent créer une zone, au sein de la disquette, dédiée à des données spécifiques dont le rôle est de faire varier la vitesse de la lecture de la disquette (par le lecteur disquette), pour empêcher ou faire échouer le processus de copie. *Ibid.* p. 104 col. 2 et 3.

[1261] A la fin des années 1980, une protection est contournée au bout de trente ou quarante minutes en moyenne. Les plus simples, en seulement dix minutes, tandis que les plus coriaces peuvent espérer résister un ou deux mois. Boolauck (Dany), « *Actuel* : James Plombe : reso reso7 » dans *Tilt*, n° 61, décembre 1988, p. 112 col. 1.

[1262] Par exemple, si le joueur perd la clef du logiciel, ou son manuel où est inscrit le mot ou la phrase à copier, il se retrouve dans l'incapacité d'utiliser son jeu. Nous avons personnellement expérimenté ce genre de préjudice, avec une disquette de jeu pour *Atari ST*. Il nous a été impossible de lancer le jeu car nous n'étions pas en mesure d'entrer le code de couleur. Avec le support disquette, les protections peuvent aussi provoquer des incompatibilités entre le jeu et le lecteur de l'ordinateur, ainsi que de longs chargements. Parfois, il arrive des situations absurdes où le jeu demande un mot de la notice en anglais alors que celle-ci est traduite en français. Delalandre (Jean-Philippe), « *Initiation* : protections : touché ? coulé ! » dans *Tilt*, n° 80, juillet/août 1990, p. 101 col. 1.

La seconde arme est d'ordre législatif et judiciaire. Au niveau législatif, les éditeurs et les auteurs de jeux, mais aussi des associations défendant leurs droits[1263], s'appuient essentiellement sur deux lois. La première date du 3 juillet 1985 (loi Lang) et elle met en place une protection juridique des logiciels, en les assimilant à des œuvres de l'esprit[1264]. Elle met à jour le droit d'auteur et elle autorise les détenteurs d'un logiciel original, à effectuer une reproduction, au titre de copie de sauvegarde. En outre, elle instaure des peines de prison et des amendes[1265]. La seconde, est la loi Godfrain, du 5 janvier 1988. Elle renforce en quelque sorte celle de 1985, en réprimant la fraude informatique et en établissant différentes peines selon des cas de figures définis[1266].

En ce qui concerne le volet judiciaire, diverses actions sont menées pour démanteler les réseaux et arrêter les pirates. Les interventions se concentrent principalement sur ceux qui font commerces des jeux copiés. Le pirate « amateur », réalisant des copies pour ses proches ou ses amis, n'est généralement pas concerné ni inquiété. Il en est de même pour les consommateurs de jeux pirates. Parmi les affaires retentissantes, on peut citer, par exemple, l'arrestation en 1983 d'un pirate qui propose, via des petites annonces, des logiciels piratés pour un ordinateur de la marque Tandy[1267]. En fin d'année 1994[1268], le piratage sur console apparaît au grand

[1263] Durant les années 1980, plusieurs associations se forment pour défendre les auteurs de logiciels. C'est notamment le cas de l'Agence pour la protection des programmes (APP), de la Société des auteurs et créateurs en logiciel informatique et télématique ou bien de la Société civile des auteurs multimédias. Notons qu'à l'initiative du magazine *Tilt*, les éditeurs français créent une association, Le groupement de défense des logiciels (GDL) pour lutter contre le piratage. Voir : Boolauck (Dany), « *Actuel* : James Plombe : reso reso7 » dans *Tilt*, n° 61, décembre 1988, p. 112 col. 1. ; « *Tilt journal* : a bas les pirates » dans *Tilt*, n° 16, octobre 1984, p. 6 col. 3. ; Desmedt (Patrice), « *Actuel* : fric crack : la fête est finie » dans *Tilt*, n° 24, septembre 1985, p. 71 col. 3.

[1264] Avant cette loi, dans des affaires concernant les jeux vidéo, des tribunaux français ont considéré les programmes ludiques comme des œuvres cinématographiques, pouvant ainsi bénéficier des protections accordées par la loi du 11 mars 1957, relative à la propriété littéraire et artistique, et notamment le droit d'auteur. Bertrand (André), « *Actuel* : jeux vidéo, créateur si vous saviez » dans *Tilt*, n° 9, janvier/février 1984, p. 20 col. 4 et p. 28 col. 1.

[1265] Notamment des peines pouvant aller jusqu'à deux ans d'emprisonnement et une amende de 120 000 francs (18294 euros). Boolauck (Dany), « *Actuel* : James Plombe : reso reso7 » dans *Tilt*, n° 61, décembre 1988, p. 112 col. 1.

[1266] Par exemple l'intrusion dans un système informatique est passible d'un mois à un an de prison avec une amande allant de 2000 francs (305 euros) à 50 000 francs (7622 euros). La suppression ou la modification de données dans un système, ou l'altération de son fonctionnement conduit à deux mois à deux ans de prison et à une amende comprise entre 10 000 francs (1524 euros) et 100 000 francs (15245 euros). Celui qui entrave ou fausse intentionnellement, au mépris du droit d'autrui, le fonctionnement du système est passible de trois mois à trois ans de prison et entre 10 000 francs (1524 euros) et 100 000 francs d'amende (15245 euros). De plus, la loi punit également la participation aux « copy party » ou à un groupe de pirates. Delalandre (Jean-Philippe), « *Initiation* : protections : touché ? coulé ! » dans *Tilt*, n° 80, juillet/août 1990, p. 108 col. 3 et 4.

[1267] Chazoule (Olivier), « Le drapeau noir flotte sur les jeux vidéo » dans *Tilt*, n° 6, juillet/août 1983, p. 48 col. 2.

jour et il fait l'actualité, avec le démantèlement d'un réseau vendant des copieurs de cartouches. Trente-sept personnes sont alors interpellées, et un individu est même écroué[1269]. A cette occasion, on apprend qu'une brigade de la gendarmerie de Paris se consacre, depuis 1988, aux questions relatives à la piraterie informatique[1270]. A la fin de la période étudiée (en 2002 et 2003 ou bien seulement en 2003), d'après le délégué général du SELL, interrogé en 2005 sur le sujet, cinquante pirates sont condamnés chaque année par la justice[1271].

Les protections et les actions en justice sont les deux instruments les plus utilisés pour faire face au piratage. Aux côtés de ces derniers, on peut noter d'autres initiatives comme la présence dans les boîtes de jeux sur ordinateurs, d'une documentation fournie (manuels volumineux par exemple), faisant office d'une valeur ajoutée pour le joueur. En outre, des solutions sont envisagées comme étant des conditions obligatoires pour enrayer le piratage. C'est particulièrement le cas pour la baisse des prix des jeux. Elle est notamment réclamée par la presse, mais aussi par les joueurs, au début des années 1990, lorsque le coût des jeux sur console est jugé exorbitant[1272]. Pareillement, l'éducation du public est considérée comme une mesure nécessaire et primordiale, car il est estimé que les joueurs ont une méconnaissance du problème et manquent d'informations sur le sujet. Il s'agit donc de sensibiliser le public aux questions du piratage, aux risques encourus, et aux lois en vigueur.

[1268] Olivier, « Dossier piratage : super *wild card* m'a tué, sale temps pour les pirates » dans *Joypad*, n° 39, février 1995, p. 10 col. 1.
[1269] Kahn (Annie), «La gendarmerie de Paris démantèle des réseaux mondiaux de pirates de jeux vidéo » dans *Le Monde*, 22 décembre 1994, http://www.lemonde.fr/web/recherche_breve/1,13-0,37-350879,0.html?xtmc=piratage_jeux_video&xtcr=57
[1270] La brigade opère une surveillance des réseaux et des serveurs dédiés à la piraterie et elle possède également des informateurs qui sont, pour la plupart, des anciens pirates repentis de l'époque *Atari ST*/*Amiga*, chez qui elle avait réalisé des perquisitions. Olivier, « Dossier piratage : super *wild card* m'a tué, sale temps pour les pirates » dans *Joypad*, n° 39, février 1995, p. 11 col. 1 et p. 12 col. 1.
[1271] L'article ne précise pas quelles sont précisément les années concernées, Jean-Claure Larue (le délégué général de ce syndicat) indiquant seulement que « le Sell a, depuis trois ans, obtenu 50 condamnations par an et 300.000 euros de dommages et intérêts contre des pirates ». Rauline (Nicolas), « *Interview* : Jean-Claude Larue » dans *Le journal du net*, 7 avril 2005, http://www.journaldunet.com/itws/it_larue.shtml
[1272] « *News* : le piratage sur console, ça existe ! » dans *Consoles Plus*, n° 19, avril 1993, p. 39 col. 3.

Conclusion : une pratique persistante

Le piratage est un problème qui touche les jeux vidéo depuis l'avènement des ordinateurs familiaux, à la fin des années 1970 et au début des années 1980. Il va de pair avec les possibilités de copie qu'offre l'ordinateur, mais aussi et surtout la disponibilité dans le commerce des outils permettant la reproduction des logiciels. S'il concerne dans un premier temps, davantage les ordinateurs, les consoles sont rattrapées par le phénomène avec l'avènement et l'adoption du support CD. Si l'argent peut être une motivation pour les pirates, une grande majorité d'entre eux se livrent à ces pratiques illicites dans un but d'échange, de plaisir ou de reconnaissance. Le prix des jeux est aussi un facteur déterminant chez certains, pour le recours au piratage. Malgré les efforts de l'industrie pour le combattre et l'endiguer, les pratiques illicites ont cours, tout au long de notre période d'étude. L'apparition d'Internet les renforce même, en permettant à tout à chacun d'accéder à des fichiers piratés simplement et rapidement. Toutefois, malgré les chiffres du piratage, sa persistance, ou les alertes des industriels, nous pouvons constater que ce phénomène n'a pas vraiment d'impact significatif sur l'industrie. Il n'est pas responsable de crises, de faillites, et il n'empêche pas ce secteur de connaître une forte croissance.

2) Les politiques commerciales

a) Les tendances commerciales du secteur

Dans cette partie, nous allons analyser les différentes politiques commerciales mises en place par les industriels du jeu vidéo, dans le but de régir certaines branches du secteur, mais aussi pour valoriser leurs produits et séduire les joueurs. Il existe différents types de politiques commerciales, que l'on peut diviser en deux grandes familles, à savoir d'un côté les politiques liées aux systèmes de jeux, et de l'autre, celles concernant les logiciels ludiques. A l'instar des tendances observées dans le reste de l'industrie, elles apparaissent de plus en plus mondialisées, au fur et à mesure de notre période d'étude. Ainsi, une majorité d'entreprises ne possèdent pas de stratégies purement dédiées à la France. Elles sont plutôt européennes[1273], et elles s'inspirent la plupart du temps de ce qui se fait aux Etats-Unis[1274]. De même, les représentants légaux ou les filiales françaises des constructeurs de consoles sont soumis aux directives des maisons mères. De cette manière, ils agissent bien plus comme des distributeurs chargés du bon déroulement de la commercialisation des produits ludiques et de la mise en place des politiques décidées en amont. Toutefois, suivant les époques et les marques, les entreprises peuvent être plus ou moins autonome et indépendantes[1275] et ainsi fixer, mener et conduire leur propre politique commerciale dans l'hexagone.

Les politiques commerciales des constructeurs de machines ludiques

Les tendances générales chez les constructeurs d'ordinateurs

[1273] A la fin de notre période d'étude, en ce qui concerne les consoles, les politiques commerciales sont coordonnées au niveau européen par la branche européenne du constructeur (par exemple Nintendo Europe). Les filiales nationales (comme Sony France) doivent ensuite les adapter et les mettre en œuvre sur leur marché.
[1274] Bien souvent, les politiques commerciales européennes sont fortement inspirées des politiques mises en place aux Etats-Unis. De plus, il faut souligner que durant notre période d'étude, la plupart des jeux sortant sur console en Europe sont des titres qui ont été au préalable commercialisés aux Etats-Unis.
[1275] Par exemple, à la fin des années 1980 et au début des années 1990, lorsque Sega est représenté en France par Virgin, cette dernière entreprise dispose d'une certaine autonomie. Les Japonais sont peu présents, et Virgin est libre de développer sa stratégie commerciale en ce qui concerne les consoles et les jeux Sega en France. Khan (Alain), Richard (Olivier), *Les chroniques de Player One : 20 ans de jeux vidéo et de manga* , Boulogne-Billancourt, Pika Edition, 2010, 299 p. ; p. 68.

Les politiques commerciales des constructeurs d'ordinateurs se divisent en deux grandes époques. La première s'étale de la fin des années 1970 jusqu'au milieu des années 1990. Elle est marquée par la présence sur le marché d'une multitude d'ordinateurs au standard propriétaire, et donc de plusieurs sociétés qui conduisent à la destinée de leur produit. Le jeu vidéo n'est qu'une composante (certes importante) de ces machines. Toutefois, on peut noter que les fabricants axent leur politique et leur communication autour d'autres activités comme la programmation, puis la création (dessin, musique). Par exemple, Atari et Commodore se positionnent sur le créneau de la création en amateur, en faisant de leur ordinateur un outil complémentaire au caméscope, à un instrument de musique ou à la feuille de papier. Pour sa part, Amstrad fait de ses ordinateurs *CPC* des machines pour le divertissement, mais aussi pour l'apprentissage scolaire.

La seconde période voit l'avènement du *PC* sur le marché. Standard ouvert, il n'appartient à aucun fabricant, et de ce fait, aucun d'entre eux n'a vraiment d'influence sur le sort de ce genre d'ordinateur. Il n'existe pas réellement de politiques commerciales globales comme il peut y en avoir avec Atari et son *ST* ou Commodore et son *Amiga*. Toutefois, on note que certaines entreprises ont des politiques axées sur les jeux vidéo. C'est le cas de certains fabricants qui proposent à la vente des configurations dédiées aux joueurs, mais aussi des industriels spécialisés dans les cartes graphiques. Pour ces derniers, il s'agit de proposer les cartes les plus puissantes, ayant une compatibilité optimale avec les jeux.

Il est important de souligner que sur ordinateur, les constructeurs n'imposent aucune règle en matière de développement de logiciels ludiques. Les éditeurs et les développeurs sont libres de réaliser les jeux qu'ils désirent.

Les tendances dans le monde des consoles

Le secteur des consoles se distingue de celui des ordinateurs personnels par des règles bien définies et astreignantes qui régissent la filière, et qui sont reprises par l'ensemble des belligérants (avec certains ajustements suivant les marques). Ces

règles sont mises en place par Nintendo, après la crise de 1983[1276], pour contrôler l'édition des jeux, limiter le nombre d'éditeurs et éviter une nouvelle dépression.

La base du système de l'entreprise devient ainsi le cœur du marché des consoles, et son principal mode de fonctionnement. Il fait de la console un produit d'appel qui doit servir à installer une grande base de consommateur, afin de vendre des jeux. De cette manière, les constructeurs commercialisent leurs machines à des prix plus ou moins modéré, n'hésitant pas à perdre de l'argent par rapport au coût de production[1277]. Ils se rattrapent ensuite sur les logiciels, sur lesquels ils disposent de fortes marges bénéficiaires[1278]. Les jeux sont leurs principales sources de revenus, et c'est pour cela qu'ils imposent leurs règles aux autres acteurs de l'industrie.

En effet, pour avoir le droit de développer et d'éditer des jeux sur console, les éditeurs (et les développeurs) doivent obligatoirement obtenir l'autorisation du fabricant et s'assujettir aux règles fixées par ce dernier. Ils sont contraints de s'acquitter de redevances sur les ventes des logiciels (jusqu'à 20% du prix[1279]), et de se procurer (et payer par avance) les médias vierges auprès du constructeur, qui s'occupent aussi de dupliquer les jeux[1280]. Du temps de la domination de Nintendo et de Sega sur le marché, ils sont également soumis à un contrôle du contenu des productions et à un cahier des charges strict[1281]. En outre, ils ont l'obligation de passer des commandes minimums dont le seuil est fixé par les fabricants, qui limite aussi le nombre de jeux qu'ils peuvent réaliser[1282]. Nintendo ajoute une interdiction

---

[1276] Avant cet événement, les constructeurs sont, dans une majorité des cas, les seuls fournisseurs de jeux de leur système. Cependant, les quelques éditeurs tiers existant ne se voient pas imposer de règles particulières pour l'édition de leurs jeux sur ces machines. D'autre part, les fabricants mettent en place des politiques qui font de leur console, soit des jouets technologiques, prolongeant l'expérience des salles d'arcade à la maison, soit des portes d'entrées vers le monde la micro-informatique. Autre grande tendance, l'adaptation des grands jeux d'arcade sur les consoles. Atari devient, par exemple, le leader incontesté de la console, en partie grâce à ces adaptations.

[1277] Les économies d'échelles, et les différents ajustements matériels permettent ensuite aux constructeurs de gagner de l'argent avec leur machine.

[1278] Delalande (Guillaume), « Nintendo : *succes story* d'un faux gentil » dans *AFJV.com*, http://www.afjv.com/press0304/030409_nintendo1.htm

[1279] Ministère de la culture et de la communication, « La création de jeu vidéo en France en 2001 » dans *Bulletin du département des études et de la prospective*, n° 139, juillet 2002, p. 8 col. 1.

[1280] Ichbiah (Daniel), *Bâtisseurs de rêve : enquête sur le nouvel eldorado des jeux vidéo*, Paris, First Documents, 1997, 430 p. ; p. 82.

[1281] Son prohibés et censurés les contenus jugés trop adultes, la violence, le sexe, les mots crus et toutes références pouvant faire polémique.
http://classicgaming.gamespy.com/View.php?view=ConsoleMuseum.Detail&id=26&game=5

[1282] Nintendo possède les règles les plus contraignantes. Avec sa console 8 bits, c'est le fabricant qui fixe, non seulement le nombre de jeux à sortir par éditeur, mais aussi les quantités disponibles sur le marché. Chez Sega

de développer pour la concurrence. D'autre part, un système de note est mis en place par le constructeur, qui conditionne en partie le succès des jeux, car les distributeurs se fient à cette dernière pour passer leurs commandes[1283]. Il faut souligner que des contraintes pèsent également sur les représentants légaux des constructeurs lorsqu'il y en a. Par exemple Virgin, qui représente Sega jusqu'en juin 1991[1284], doit acheter par avance ses stocks de consoles à la marque. Devant l'investissement colossal demandé par Sega en ce début des années 1990, la société préfère abandonner la distribution de la marque japonaise, ce qui amène Sega à s'établir en son nom sur le territoire français.

Ce système est accepté par les éditeurs[1285], car les ventes des jeux sur console sont très importantes, et sans commune mesure avec celles des jeux sur ordinateur[1286]. De plus, ils sont séduits par le fait que le piratage est quasiment absent de la plate-forme, en raison du support cartouche[1287]. Il y a aussi, un sentiment de prestige lorsqu'un éditeur est autorisé à faire des jeux pour console, en raison de la difficulté à obtenir les accréditations. Cela vient en quelque sorte démontrer la qualité de l'éditeur et de sa production, ainsi que son savoir-faire.

Un système de moins en moins bien accepté

Toutefois, nous pouvons noter qu'au fur et à mesure de la période étudiée, les contraintes sont de moins en moins bien acceptées par les sociétés qui créent les programmes ludiques. Outres les règlements trop contraignants, elles ont de plus en plus de mal à supporter la concurrence, presque déloyale, des départements éditoriaux des constructeurs. Ces derniers sont en effet éditeurs de leurs propres jeux, et ils n'hésitent pas à privilégier leurs productions, sans compter que des

---

par exemple, un éditeur français comme Titus, au début des années 1990, obtient un contrat de deux ans avec le Japonais, l'autorisant à sortir deux jeux par an. Notons que certaines entreprises sont plus avantagées que les autres. « Scoop » dans *Joystick*, n°2, février 1990, p. 18 col. 2.

[1283] AHL, S.R., « *Licence to play* » dans *Joypad*, n°15, décembre 1992, p. 31 col. 3.

[1284] Ichbiah (Daniel), *Bâtisseurs de rêve : enquête sur le nouvel eldorado des jeux vidéo*, Paris, First Documents, 1997, 430 p. ; p. 144.

[1285] Néanmoins, les éditeurs occidentaux sont choqués par ce système, eux qui sont habitués à éditer des jeux comme bon leur semble.

[1286] Sur la *Nes* de Nintendo, un jeu important peut se vendre à plusieurs millions d'exemplaires (sur le marché japonais et américain, toutefois), alors qu'un succès important sur ordinateur s'écoule à environ cent mille exemplaires. AHL, « *Dossier* : consoles 16 bits : la fin des micros ? » dans *Tilt*, n° 73, décembre 1989, p.107 col. 3.

[1287] « Scoop » dans *Joystick*, n°2, février 1990, p. 18 col. 2.

informations peuvent être récupérées sur les projets concurrents[1288]. L'arrivée de Sony dans le monde des consoles et l'adoption du support CD, changent quelque peu la donne, puisque les redevances deviennent moins importantes[1289] et les éditeurs ne se voient plus imposer le nombre de jeux à réaliser ou les quantités mises sur le marché.

Les contraintes s'affaiblissent donc de génération en génération, à la faveur de la concurrence et d'une certaine rébellion des éditeurs[1290]. On peut aussi se demander, si les fabricants n'ont pas desserré leur contrôle, à la suite de certaines décisions de justice. En effet, à deux reprises, par exemple, Nintendo (ou son représentant officiel) est condamné en raison de leur politique commerciale. En 1994[1291], la société Bandai[1292] est réprimandée (en France) pour avoir imposé les prix, pratiqué des remises de marge étrange, pour l'organisation de pénurie et le contrôle de l'offre de consoles, ainsi que pour ses menaces et son chantage au réapprovisionnement, vis-à-vis de ceux qui ne se plient pas aux règles de Nintendo. En 2002[1293], la Commission Européenne inflige une amende record de 167,8 millions d'euros à Nintendo et à sept de ses distributeurs[1294], pour avoir, entre 1991 et 1998, maintenu artificiellement le niveau des prix[1295], et empêché les exportations parallèles entre pays de l'Union Européenne[1296]. Cependant, malgré la diminution du contrôle des constructeurs et l'assouplissement de leurs règles, ces derniers dominent toujours

[1288] Ministère de la culture et de la communication, « La création de jeu vidéo en France en 2001 » dans *Bulletin du département des études et de la prospective*, n° 139, juillet 2002, p. 8 col. 1.
[1289] Par exemple, une cartouche vierge de la console *Nintendo 64* vaut environ 50 francs (7,6 euros), tandis qu'un CD vierge revient à environ dix fois moins cher. Delalande (Guillaume), « Nintendo : *succes story* d'un faux gentil » dans *AFJV.com*, http://www.afjv.com/press0304/030409_nintendo1.htm
[1290] Comme Electronics Arts, qui décide sans avoir l'autorisation de Sega de développer pour la *Megadrive*, et de fabriquer ses propres cartouches. La société fait ensuite savoir à Sega que si la firme ne consent pas à commercialiser ses jeux, alors elle le fera elle-même. Sega cède car l'entreprise veut s'imposer aux Etats-Unis et elle a besoin d'Electronics Arts qui est le premier éditeur dans ce pays. La société Accolade suit l'exemple d'Electronics Arts, mais Sega réagit en l'attaquant en justice. Si le Japonais gagne le procès, il perd en revanche en appel, ce qui fait qu'Accolade commercialise des jeux sans avoir de licence. AHL, S.R, « *Licence to Play* » dans *Joypad*, n° 15, décembre 1992, p.32 col. 2 et 3.
[1291] « Publication de la décision du Conseil de la Concurrence à l'encontre de Bandai » dans *Joypad*, n° 29, mars 1994, p. 156 et 157.
[1292] Rappelons que la société représente Nintendo en France jusqu'en 1993.
[1293] Wery (Etienne), « Amende record pour Nintendo qui a maintenu artificiellement des prix élevés pour ses consoles de jeux » dans *Droit-technologie.org*, 31 octobre 2002, http://www.droit-technologie.org/actuality-550/amende-record-pour-nintendo-qui-a-maintenu-artificiellement-des-prix-e.html
[1294] Nintendo écope à lui seul d'une amende de 149 millions d'euros.
[1295] Les écarts de prix les plus importants sont relevés en 1996. Des produits Nintendo peuvent alors coûter jusqu'à 65% moins cher aux Royaume-Uni qu'aux Pays-Bas ou en Allemagne. De même, par rapport au marché anglais, les prix en Espagne sont plus élevés de 67%, de 54% en Italie ou bien encore de 39% en Suède.
[1296] Principalement, il s'agit d'empêcher les magasins et les distributeurs de se fournir dans un pays de l'Union ou les prix sont moins chers.

les éditeurs de jeux, ce qui est une tendance et une caractéristique du marché des consoles.

Les inclinations commerciales communes aux constructeurs

Parmi les autres tendances communes au monde des consoles, soulignons que ce type de machine est régionalisé[1297], dans le sens où elles n'acceptent que les jeux de la zone géographique pour laquelle elles sont destinées. C'est une caractéristique plutôt inédite pour des produits culturels ou des jouets, puisqu'avant les jeux vidéo, il nous semble que cela n'existe pas dans d'autres secteurs. Par exemple, il est possible de lire n'importe quel CD ou cassette de musique. Or, le système initié par les constructeurs de consoles se répand, puisqu'au début des années 2000, l'édition vidéo crée différentes zones pour segmenter les marchés du DVD. Officiellement, il s'agit de respecter la chronologie des médias qui est différente suivant les pays[1298].

Soulignons que durant la période étudiée, il y a peu d'événements qui marquent la sortie de telle ou telle console. L'une de celle qui fait le plus l'actualité concerne la sortie de la *Playstation 2* en France[1299].

Au niveau des jeux vidéo, les constructeurs de consoles ont des politiques d'éditions sont assez semblables en France. Ils réalisent une sélection des titres à paraître parmi le catalogue de jeux commercialisé au Japon et aux Etats-Unis. Si la plupart des jeux importants sont distribués en France, certains titres ou genres, pourtant majeurs, sont exclus et ne sont pas édités, alors même qu'ils sont fortement réclamés par les joueurs passionnés de l'hexagone. Ces choix éditoriaux favorisent l'importation parallèle des jeux (par les boutiques spécialisées), et pousse de nombreux utilisateurs à jouer avec les versions américaines et japonaises pour palier le manque.

[1297] A l'exception des consoles portables.

[1298] La chronologie des médias est une règle définissant l'ordre et les délais dans lesquels les diverses exploitations d'une œuvre cinématographique peuvent intervenir. Cette chronologie est différente selon les pays.

[1299] Sony organise la sortie de sa console en collaboration avec le magasin Virgin, sis aux Champs Elysées. Cet événement est censé être le point culminant de la campagne commerciale de Sony, en direction des consommateurs. Cependant, la soirée est gâchée par une mauvaise organisation et des mouvements de foule, au moment où la vente est officiellement ouverte. Elle est unanimement condamnée par la presse spécialisée. La rédaction de *Joypad*, « *Made in Europe* : la *PS2* : le nouveau veau d'or ? » dans *Joypad*, n° 104, janvier 2001, p. 72.

Les constructeurs se livrent également à des guerres de prix qui prennent la forme d'opérations commerciales. Ces dernières concernent les consoles avec par exemple la vente des packs spéciaux comprenant la machine avec des jeux ou des accessoires[1300]. En ce qui concerne les logiciels ludiques, on peut noter, à la fin de la période étudiée, la généralisation de gammes de jeux dites « budget »[1301]. Il s'agit de gammes qui proposent des jeux ayant connu le succès, à des prix bon marché. Pour pouvoir être édités de cette manière, les jeux doivent dépasser un certain seuil de vente. Pour les constructeurs, ces gammes représentent un produit d'appel car les marges sont réduites afin de proposer des prix moindres. En outre, nous pouvons y voir une forme d'exploitation de fond de catalogue, car les jeux entrants dans ces gammes ne sont pas récents (plus ou moins cinq ans d'ancienneté).

Afin de faire connaître leurs produits, et notamment leurs consoles, les fabricants ont également recours parfois au parrainage d'équipes sportives, de football ou de sports mécaniques[1302] par exemple. De même, ils réalisent des tournées à travers la France, ou sur ses plages (durant la période estivale)[1303], à bord de train[1304] ou de camion. Le but est de présenter les nouveautés et d'organiser différentes animations (concours), autour de la marque et de ses produits ludiques. Enfin, au début des années 1990, Sega et Nintendo rivalisent en créant des services pour les joueurs, prenant la forme de clubs (avec carte de membre et divers avantages) et de centres d'appel pour les dépanner dans les jeux ou répondre à leurs questions. Notons que la création de club s'inspire des politiques commerciales de certaines entreprises

[1300] Par exemple, en avril 1997, le magazine *Joypad* annonce que Sega sort un pack proposant sa console *Saturn* avec deux jeux pour un prix de 1590 francs (242 euros), tandis que Sony, dans le même temps, propose un pack avec sa console *Playstation*, deux manettes, une carte mémoire et un sac pour 1290 francs (197 euros). « *Joypad Achats* » dans *Joypad*, n°63, avril 97, p. 146 col 1 et 3.

[1301] Par exemple, Nintendo crée, à l'instar de Sony et de sa gamme « *Platinum* », une gamme de jeu nommée « *Le choix des joueurs* » qui regroupe une sélection des meilleures ventes de l'année 2002, au prix de 30 euros, contre 55 euros habituellement. Gollum, « *Business Pad* : les *Platinum made in* Nintendo » dans *Joypad*, n°139, avril 2003, p. 53 col. 2.

[1302] Par exemple en 1993, Sega parraine l'écurie de formule 1 Williams Renault. « *News* : Sega toujours plus vite » dans *Consoles plus*, n° 19, avril 1993, p. 39 col. 1.

[1303] A l'été 1995, Sony s'associe avec la chaîne de télévision M6 et la boisson 7up pour effectuer un tour des plages, en suivant la compétition le tour de France à la voile. Le constructeur se déplace avec un camion qui présente la *Playstation*, qui doit alors sortir en septembre 1995. « La *Playstation* sur les plages cet été » dans *Joypad*, n°44, juillet/août 1995, p. 19.

[1304] Tel le train Sega, qui sillonne les gares, en proposant les nouveautés de la marque et des concours. « Le train sifflera 22 fois » dans *Consoles plus*, n° 19, avril 1993, p. 40 col. 2.

spécialisées dans le jouet comme Mattel. Par exemple, cette dernière créée, durant les années 1980, un club Barbie[1305].

Les différences entre les marques de consoles

A côté des dispositions générales, se trouvent des politiques commerciales propre à chacun, qui façonnent les marques et leur donnent une certaine identité.

Nintendo est ainsi une entreprise qui vise, avant tout, un public familial, avec des jeux d'une qualité irréprochable, utilisables par les petits et les grands. Sa principale stratégie consiste à répandre ses consoles dans le marché, pour ensuite s'assurer que ses propres productions ludiques se vendent en grande quantité et deviennent des succès commerciaux. Cependant, cette politique à un effet pervers car les jeux Nintendo font grandement concurrence aux titres des éditeurs tiers, qui, à partir de la *Nintendo 64*, ont du mal à vendre leur production sur les machines de la firme. Les éditeurs tiers sont alors de moins en moins intéressés à produire des jeux pour les consoles de l'entreprise.

De même, à partir du moment où Sony devient le leader mondial du jeu sur console, Nintendo donne l'impression de ne pas vouloir entrer en concurrence directe avec ses adversaires, en revendiquant sa différence, et en se contentant de ses seuls jeux, et d'une clientèle bien spécifique (famille, enfant, joueur passionné de la marque). En outre, la firme est critiquée par les joueurs et la presse[1306] qui l'accusent de ne pas savoir évoluer et de conserver une image enfantine, même si paradoxalement dans le même temps, ils louent la qualité des productions réalisées.

Enfin, la gestion des sorties des jeux par Nintendo est un autre objet de discorde qui fait débat en France, à la fin des années 1980 et au début des années 1990. A

[1305] Nous pouvons penser que le fait que Nintendo et Sega s'inspirent des politiques de grandes marques de jouets participe à faire le lien, pour le public et certains professionnels, entre console de jeux et jouet.
[1306] Notons que les joueurs ont tenu rigueur à Nintendo en raison d'une campagne publicitaire de Nintendo France à la fin de l'année 1995 qui conseille de ne pas acheter ou demander pour Noël, de consoles 32 bits (Sega ou Sony) et d'attendre patiemment la console 64 bits de la firme. Or la console annoncée pour 1996, sort finalement en 1997. Cette campagne, et les multiples retards de la machine, ternissent la réputation de Nintendo et précipitent chez Sony une majorité des joueurs. « Publicité :*Ultra 64* » dans *Joypad*, n° 46, octobre 1995, p. 2 et 3.

plusieurs reprises, la presse fait état d'un manque flagrant de nouveautés. La ludothèque de la *Nes* n'étant pas approvisionnée suffisamment et assez rapidement.

Par exemple, en 1987[1307] le représentant légal de Nintendo prévoit la sortie de trois jeux par mois. Lorsque Bandai reprend la distribution, la société annonce, pour sa part, la commercialisation d'une quinzaine de jeux dans l'année ce qui est jugé comme « peu »[1308]. Alors que la machine possède au Japon et aux Etats-Unis une ludothèque conséquente, les joueurs français ne disposent que d'une infime partie de la production[1309]. Le fossé entre le nombre de jeux commercialisés en France et sur les marchés américain et japonais continue à s'agrandir au fur et à mesure des années et des sorties, sans compter le fait que certains titres de qualité ne sont pas édités dans l'hexagone[1310].

De plus[1311], les sorties françaises connaissent généralement un décalage de deux ans par rapport à celles des Etats-Unis. Il en est de même pour la *Super Nintendo*. Tout d'abord, dans les premiers mois de sa commercialisation, la machine n'est pas alimentée comme il se doit en nouveauté (peu de sortie, délais important) alors même que la demande est présente[1312]. Ensuite, Nintendo mise trop longtemps sur la mode de *Street Fighter II*[1313] et celle en général des jeux de combats, laissant ainsi de côté d'autres genres et quelques jeux attendus par la presse et par les joueurs fanatiques. De cette manière, bien que le problème des sorties (de jeux) se règle assez rapidement, de nombreux titres, dont certains font partie des plus marquant de la console, ne sont pas officiellement distribués en France. C'est le cas, par exemple, pour tout ce qui concerne les genres aventure et jeux de rôle, à l'image de la série *Final Fantasy*.

[1307] « Les grands choix 88 : Sega/Nintendo : le match » dans *Tilt*, n° 48, jeux et micro : le guide 88, p. 115 col. 2.
[1308] Delalandre (Jean-Philippe), « Las Vegas, un coup de *joystick* dans le sable » dans *Tilt*, n° 52, mars 1988, p. 19 col. 1.
[1309] Par exemple, parmi les 200 jeux sortant aux Etats-Unis au début des années 1990, l'importateur français ne prévoit de commercialiser que 24 d'entre eux. « *Tilt journal* : CES Las Vegas : les micros de demain attaquent » dans *Tilt*, n° 76, mars 1990, p. 23 col. 4.
[1310] Huyghues-Lacour (Alain), « *Castlevania* » dans *Tilt*, n° 63, février 1989, p. 48 col. 1.
[1311] « 8 bits : le duel….Sega/Nintendo » dans *Tilt*, n° 81, septembre 1990, p. 106 col. 2.
[1312] Micromania, une grande chaîne de boutique spécialisée, résout le problème (et proteste) en important des jeux américains (dont la ludothèque est plus vaste) et en vendant un adaptateur pour les faire fonctionner sur la machine européenne.
[1313] Voir annexe jeux p. 155.

A la différence de Nintendo, ses principaux concurrents que sont Sega, Sony et Microsoft visent un public plus âgé, allant des adolescents aux jeunes adultes. Ces trois marques visent à la fois un public large, mais aussi le cœur de cible de l'industrie, les jeunes, et en conséquence, elles se dotent d'une image quelque peu subversive pour les séduire.

Sega a, par exemple, cherché à apparaître comme une marque branchée et jeune, mais aussi technologique. L'entreprise est souvent la première à sortir une machine de nouvelle génération. Néanmoins, cela lui porte préjudice, car elle ne soutient pas assez ses anciennes consoles[1314] et parfois, ses politiques commerciales ne sont pas pertinentes. Par exemple, c'est le cas avec la *Dreamcast* en France. Sega insiste dans un grand nombre de ses publicités, uniquement sur les capacités en ligne de la console[1315], alors que les jeux en réseau sur ces systèmes n'en sont qu'à leurs balbutiements. Les tarifs élevés des communications locales sont un obstacle supplémentaire et, de manière incompréhensible, la fonction en ligne de nombreux jeux est supprimée lorsque ceux-ci sont édités dans l'hexagone. La promotion du jeu en ligne tourne, de plus, autour d'un titre certes accrocheur mais visuellement limité : *Chu chu rocket*[1316]. L'autre erreur de Sega avec cette console, c'est d'avoir voulu toucher les consommateurs en adoptant des méthodes calquées sur celles de Sony. C'est-à-dire vouloir faire de sa console une marque à part entière. Sega parle de « *Dreamcast* » et non pas, comme la plupart des joueurs, de « la *Dreamcast* ». En outre, les publicités sont abstraites, pas toujours centrées sur les jeux, et elles tentent de faire paraître la console comme un objet qui n'est pas réservé aux enfants. En essayant de copier Sony, Sega perd une partie de son identité.

En ce qui concerne Sony, avec ces deux *Playstation*, l'entreprise opte pour une politique commerciale différente de celles des entreprises traditionnelles du secteur. Comme nous l'avons déjà indiqué dans la partie sur le matériel, elle cherche à toucher l'ensemble des adolescents et des jeunes adultes pour se différencier de

[1314] Dès la nouvelle console sortie, la précédente est rapidement laissée de coté. A l'exception de la *Master System* qui continue sont chemin lorsque la *Megadrive* est commercialisée, toutes les autres s'effacent lorsque le nouveau système ludique apparaît.
[1315] Chris, « Quel avenir pour Sega ? » dans *Joypad*, n° 106, mars 2001, p. 40 col. 1.
[1316] Le jeu reprend le concept du jeu du chat et de la souris. Voir annexe jeux p. 109.

Nintendo et Sega dont le public est assez jeune. Sony met ainsi en place des campagnes publicitaires décalées[1317] et l'entreprise s'appuie sur ses activités liées au cinéma ou à la musique[1318], pour rendre ses consoles « à la mode ». En outre, l'expérience acquise par sa filiale dédiée à la musique, sert la branche vouée aux jeux vidéo pour commercialiser les CD de jeux. De ce fait, on note une certaine correspondance entre la manière de vendre la musique et les jeux vidéo. Avec la *Playstation 2*, l'ajout d'un lecteur DVD, montre aussi une volonté de faire de la console une machine de tous les loisirs et non plus un appareil voué aux seuls jeux vidéo. En ce qui concerne l'édition des logiciels ludiques, Sony encourage la sortie des jeux et les consoles *Playstation* disposent d'une ludothèque ayant un nombre important de jeux par rapport à la concurrence. Enfin, il faut souligner que la firme utilise efficacement son savoir-faire en matière commerciale, pour contrer la concurrence[1319] ou donner aux joueurs et au grand public l'envie de se procurer une *Playstation*[1320].

Les politiques commerciales concernant les logiciels de jeux

Débutons par préciser une différence majeure entre les jeux sur console et les jeux sur ordinateur, et principalement sur les *PC*. Contrairement aux jeux sur consoles qui sont « finis », les jeux pour *PC* sont parfois dotés, après leur sortie, de contenus supplémentaires[1321]. De même, des correctifs (appelés « *patch* ») peuvent

[1317] Voir partie publicité p. 366.
[1318] La firme utilise notamment la culture issue de la musique techno, pour commercialiser sa console. « Les points faibles de la *Nintendo 64* au Japon » dans *Joypad*, n°60, janvier 1997, p. 25 col. 3.
[1319] Peu après la sortie de la *Dreamcast* de Sega, Sony organise un événement pour montrer une version du jeu *Tekken*, sur sa futur *Playstation 2*. Le message implicite envoyé aux joueurs étant d'attendre la sortie de la console et de ne pas acheter la console de Sega. « *Evénement* : *Tekken* » dans *Joypad*, n° 86, mai 1999, p. 10.
[1320] Par exemple, au moment de la commercialisation de la *Playstation 2* au début des années 2000, la firme lance des rumeurs sur la puissance de calcul supposée incroyable de sa console, qui pourrait même servir en tant que calculateur scientifique. A côté de cela Sony crée grâce des campagnes commerciales (publicité, article dans la presse), une véritable demande, voire presque un effet de manque. De plus, la société fait de sa console, un objet prétendu rare, en laissant planer le doute sur le nombre de machines disponibles au moment de sa sortie française. Hecq (David), « *Playstation 2*: un mois après sa sortie française, le test complet (12/2000)» dans *Objectifmicro.org*, décembre 2003, http://www.objectifmicro.org/modules.php?name=News&file=article&sid=99
[1321] Ces contenus supplémentaires sont généralement connus sous le nom de « *add-on* ». Ils sont le plus souvent commercialisés, mais parfois ils peuvent être offerts aux joueurs. Ils apportent aux jeux des nouveaux défis, et peuvent améliorer son côté technique. Pour fonctionner, ils requièrent la présence du jeu original sur le disque dur de l'ordinateur.

être distribués (dans la presse, sur Internet, par les contenus supplémentaires) pour corriger les erreurs de programmation présentes dans certains titres[1322].

En matière de jeux, la stratégie de base des éditeurs est de commercialiser des jeux, pour les systèmes ludiques qui sont les plus répandus sur le marché, ce qui leur laisse espérer des ventes minimums, et un retour sur investissement. Pour les constructeurs, le support des éditeurs est important, car leur soutien leur permet d'avoir une ludothèque riche, diversifiée et certains des titres parmi les plus attendus par les joueurs. De plus, la présence de quelques grands éditeurs, dans un camp ou dans un autre, peut influer sur le choix des joueurs et sur le succès commercial de la machine concernée. En ce sens, ils participent activement aux guerres que se livrent les constructeurs de consoles. Il est à noter que les jeux sont soit développés exclusivement pour un système donné, soit prévue dès l'origine, pour être « multi plate-forme », c'est-à-dire pour être commercialisés à la fois sur plusieurs machines ludiques[1323]. Les exclusivités sont aussi susceptibles d'être négociées ce qui assure le fabricant d'avoir des titres uniques pour son système, que la concurrence ne peut pas avoir.

D'autre part, rappelons que les entreprises françaises ont la particularité d'exporter la majorité de leur production, ce qui peut influencer sur le type de jeu produit et sur les thèmes abordés. Il s'agit alors de faire des jeux, pouvant plaire à un large public, ayant des références communes. En outre, afin de sortir leur jeu à l'étranger, les éditeurs ont recours à diverses politiques[1324]. Ils peuvent établir une filiale dans le pays visé (principalement aux Etats-Unis), céder leurs licences, ou bien réaliser des partenariats avec un éditeur local, qui prend alors à sa charge la sortie d'un ou plusieurs titres. De cette manière, et à l'inverse, on voit des éditeurs français récupérer la distribution en France des jeux de quelques grands éditeurs américains ou japonais.

[1322] Quelques fois les éditeurs vont sciemment sortir un jeu qui n'est pas tout à fait optimisé, et possédant encore des défauts de programmation, en sachant qu'ils pourront réaliser postérieurement des corrections.

[1323] Le développement multi plate-forme est en quelque sorte plus sécurisant pour l'éditeur, car il n'a pas à parier sur une machine, puisqu'il va toucher l'ensemble des systèmes ludiques. Toutefois, le développement se base généralement sur la machine la moins puissance, afin que le jeu puisse fonctionner sans problème. Ainsi, les systèmes les plus puissants ne sont pas entièrement exploités (comme on peut l'espérer pour un développement exclusif).

[1324] Sarron (Catherine, sous la direction de), « *Jeux vidéo* », Centre français du commerce extérieur, direction des industries et services, Les éditions du CFCE, mai 1994, 77 p. ; p. 54.

Plus spécifiquement en matière de jeux, on remarque durant notre période d'étude, plusieurs grandes tendances. Tout d'abord, on note une prolifération de suite de jeux célèbres ou ayant connu un grand succès commercial. Cela constitue pour le media jeux vidéo, des grandes franchises, de véritables marques, qui parlent aux joueurs et leur donnent l'assurance de retrouver des concepts et des bases ludiques qu'ils ont apprécié, mais aussi des univers familiers. L'immersion dans le jeu se fait alors plus facilement[1325] et parfois, avec plus d'enthousiasme. Logiquement, les joueurs attendent des suites, des améliorations sur le plan technique, et des nouveautés dans la jouabilité. A la fin de notre période d'étude, cette tendance est relevée par *Le Monde* :

« en cette fin d'année, les amateurs de jeux vidéo doivent s'attendre à trouver des suites de jeux bien connus plutôt que des aventures vidéo ludiques radicalement nouvelles. Cette stratégie du recyclage, qui fait depuis longtemps recette au cinéma, est devenue une règle pour la plupart des éditeurs, qui préfèrent ainsi exploiter des « marques » qui ont fait leurs preuves et attirer le joueur nostalgique plutôt que de miser sur l'inconnu. »[1326]

C'est une stratégie empruntée au cinéma que les éditeurs de jeux utilisent pour garantir un minimum de revenu, et être certain d'entrer dans leurs frais. Il faut souligner que cette tendance est en expansion car, au-delà de la période étudiée, une majorité de nouveaux jeux devienne une franchise comportant plusieurs numéros.

Ensuite, un grand nombre de jeux sont des titres dits à « licence », un concept regroupant plusieurs réalités. Par exemple, les éditeurs ou les constructeurs peuvent acheter la licence d'un titre ludique existant, pour pouvoir l'adapter sur un support particulier[1327]. Néanmoins, la plupart des licences sont tirées du cinéma, de la

[1325] Kakizaki (Shundo), « Les jeux récents sont chiants » dans *Gamekult.com*, 17 décembre 2003, http://www.gamekult.com/articles/A0000028863

[1326] Fraissard (Guillaume), « Les éditeurs préfèrent recycler des jeux vidéo que tenter l'aventure de la nouveauté » dans *Le Monde*, 10 décembre 2003, http://www.lemonde.fr/cgi-bin/ACHATS/acheter.cgi?offre=ARCHIVES&type_item=ART_ARCH_30J&objet_id=830934&xtmc=jeux_video&xtcr=4

[1327] Durant l'ère des 8 bits, Sega a recourt à l'achat de licence d'exploitation de jeu pour contourner l'interdiction de Nintendo faite aux éditeurs tiers de travailler avec la concurrence. Ainsi, Sega licencie les titres des éditeurs, pour pouvoir les adapter lui-même sur sa console.

télévision ou bien de la littérature, et il s'agit alors de les adapter, de les transposer en jeu vidéo. A la fin de notre période d'étude, ce type d'adaptation connaît un mouvement croissant[1328]. Si les éditeurs payent cher l'achat de telles licences (notamment celles du cinéma), c'est pour acquérir et s'attribuer une marque, qui garantit un minimum de vente, quelle que soit la qualité de la production[1329]. Ils peuvent aussi s'appuyer sur la promotion déjà mise en place. Signalons que certains éditeurs se spécialisent dans l'adaptation de licences, à l'image de Bandai qui réalise de nombreux jeux tirés de dessins animés japonais. Enfin, les licences sportives sont également recherchées, car elles autorisent l'utilisation des noms des sportifs, et des compétitions officielles, ce qui permet de renforcer le côté simulation et le réalisme des jeux de sport. Dans cette même catégorie, les entreprises peuvent aussi obtenir la licence d'un événement sportif pour réaliser le jeu officiel, ou bien nouer un partenariat avec un sportif en particulier, pour produire un jeu autour de sa personne.

Nous relevons en outre que les firmes s'engouffrent facilement dans des modes, généralement lancées après le succès d'un titre auprès des joueurs. A la fin des années 1980 et au début des années 1990, avec le succès des jeux Mario ou Sonic, il y a une véritable mode des jeux de plate-forme. De même, avec le succès de *Street Fighter II*, à partir de 1991, de nombreux jeux de combats sont commercialisés. Elles n'hésitent pas non plus à copier les concepts (des jeux) de la concurrence ou certaines politiques commerciales. Par exemple, au début des années 1990[1330], sur les micro-ordinateurs, les éditeurs se lancent dans la commercialisation de compilation de jeu (avec pour certaine une thématique précise). C'est une technique commerciale qui vient du monde de la musique. Elle n'est que très peu utilisée dans l'univers des consoles.

En ce qui concerne les sorties des jeux, la plupart des mises sur le marché se déroulent durant les fêtes de fin d'année. Pareillement, les événements sportifs sont propices à la sortie de certains types de jeux. Ainsi, à l'occasion de la Coupe du monde de football ou des Jeux Olympiques (hiver, été), plusieurs jeux liés aux sports

[1328] « Des synergies entre jeux vidéo et cinéma » dans *AFJV.com*, 20 août 2003, http://www.afjv.com/press0305/030515_cine.htm
[1329] Graillat (Ludovic), *De Tron à Matrix : réflexions sur un cinéma d'un genre nouveau*, acte de colloque des 2,3 et 4 février 2004, cinémathèque de Toulouse, 2006, CRDP Midi-Pyrénées, 220 p. ; p. 51.
[1330] Jovanovic (Jean Loup), « Compilations, ça carbure » dans *Tilt*, n°91 juin 1991, p. 43 col. 1.

concernés sont produits. Afin d'appuyer les commercialisations de leurs titres, les éditeurs se servent de la presse pour communiquer avec les joueurs[1331].

En plus de fournir aux journalistes les sources pour les tests ou la réalisation de la maquette des articles (images de jeux), les éditeurs organisent des soirées de présentation des jeux. Ils reprennent également les notes des magazines, lorsque celles-ci sont bonnes, pour appuyer les campagnes publicitaires. Plus surprenant, certains éditeurs choisissent ou laissent délibérément leur jeu être déconseillé au moins de 18 ans, à partir du moment où une signalétique est mise en place[1332], pour pouvoir utiliser cet argument dans leur communication[1333]. Non seulement, cette classification attire l'attention des médias car il est rare qu'un jeu obtienne ce classement mais en plus, pour l'imaginaire des joueurs, cette signalétique implique un jeu au contenu adulte[1334], susceptible d'être intéressant (dans les thèmes traités, ou dans sa mise en scène).

Conclusion : des politiques commerciales plutôt propres au secteur

Multiple, les politiques commerciales dans le jeu vidéo s'adressent à deux types de public, les professionnels, et les joueurs. Prenant diverses formes, elles ont pour but de donner l'avantage à une marque sur ses concurrents, d'attirer l'attention, et de susciter une envie, et donc l'achat. Elles servent également à appuyer la commercialisation des produits ludiques. En outre, s'il existe des bases communes à l'ensemble des sociétés, certaines politiques mises en œuvre, apparaissent comme spécifiques à une marque. Ainsi, elles montrent les différences de point de vue prévalent chez les industriels, mais aussi les cibles visées. Certaines firmes vont se spécialiser dans un certain type de jeu, d'autres vont viser un public familial ou adulte.

[1331] Nous détaillons plus en détail la question de la presse, et sa relation avec les éditeurs, dans la partie dédiée à la presse spécialisée. Voir p. 537.
[1332] Pour les questions relatives aux signalétiques de prévention dans les jeux vidéo, voir p. 664.
[1333] Le premier jeu interdit au moins de 18 ans en France est *The Gateway* de Sony qui choisit ce classement, uniquement pour alimenter sa campagne commerciale et faire parler du jeu dans la presse. « Classification piège à cons ? » dans *Joystick*, n° 145, février 2003, p. 78 col. 2.
[1334] Bien souvent, cela veut dire sans censure de la violence. D'ailleurs, la violence est également un argument commercial implicite.

Durant la période que nous étudions, nous pouvons dire que les entreprises destinent leur communication principalement aux jeunes, qui sont le cœur de cible de l'industrie. Certain constructeur comme Nintendo vise plus un public familial et les enfants, tandis que d'autre, tels Sony ou Microsoft, se destinent aux jeunes adultes. Divers arguments sont donnés aux joueurs afin de leur apporter la preuve de la qualité des produits commercialisés. Cela peut être l'annonce des coûts de développement[1335], ou la mise en avant du côté technique et graphique du jeu[1336] ou de la machine. Par ailleurs, on remarque que les joueurs sont abreuvés, notamment à travers la presse, de données venant symboliser la puissance des systèmes ludiques, leur permettant d'établir des comparaisons simples[1337]. Elles participent aux politiques commerciales, mais elles ne sont pas systématiquement reprises ou annoncées par les constructeurs et les éditeurs. C'est, par exemple, la quantité de mémoire embarquée dans un ordinateur ou une cartouche de jeux[1338], ou le mode de fonctionnement du processeur de la console (8 bits, 128 bits).

Selon nous, la façon de commercialiser les jeux et leur promotion est, dans l'ensemble, propre à ce secteur, notamment lorsqu'il s'agit de promouvoir le matériel pour pouvoir ensuite vendre des logiciels en grande quantité. Toutefois, nous pouvons noter quelques emprunts au marché du jouet, et de l'édition musicale ou vidéo lorsque les jeux sont disponibles sur CD puis DVD.

Après notre période d'étude, nous pouvons voir que les politiques commerciales deviennent de plus en plus mondialisées avec, par exemple, des commercialisations dans tous les pays, pratiquement au même moment. En outre, il y a de plus en plus de convergence, dans le sens où un jeu est disponible sur tous les systèmes ludiques du moment (ordinateur *PC*, consoles des trois constructeurs). L'exclusivité à une marque devient une exception. De même, nous pouvons noter l'organisation

[1335] Le but recherché est de créer un lien entre le montant de l'investissement et la qualité du jeu produit.
[1336] Cela passe par des chiffres (tel jeu peut afficher tant de polygones), par des explications techniques (méthodes de programmations, utilisations de tels effets graphiques, d'une haute résolution) mais aussi et surtout par des images (dans les magazines). D'ailleurs, avec ces dernières, les éditeurs tentent parfois de tromper les consommateurs. En effet, les boîtes des jeux contiennent toujours quelques images du logiciel ludique. Or, il arrive, durant les années 1980, avec des titres adaptés sur plusieurs ordinateurs, que les éditeurs remplacent les photos d'écran d'une machine par celles issues d'un système plus performant, et ainsi montrer des graphismes de meilleure facture. Hautefeuille (Olivier), « Et non, et non, petit patapon » dans *Tilt*, n° 66 mai 1989, p. 74 col. 2.
[1337] Notons que certaines données prises seules ne veulent pas dire grand chose.
[1338] Ici encore, le joueur en vient à faire l'association entre grandeur et qualité.

d’événements pour la commercialisation de grands jeux ou de nouvelles consoles, souvent en partenariat avec des magasins spécialisés ou non (Micromania, Fnac). Enfin, encore une fois, il faut souligner le développement d’Internet qui devient un rouage essentiel des politiques des acteurs de l’industrie. Ces derniers abreuvent les internautes de vidéos des jeux, à la manière des bandes annonces de films, via les sites de la presse spécialisés. Ils s’arrogent aussi le concours d’amateurs à qui ils envoient les nouveautés ou leur donne la possibilité de venir à des événements de présentation réservés à la presse.

Durant la seconde moitié des années 2000, on ressent une sorte de pression commerciale qui prend le pas sur presque tous les autres aspects des jeux vidéo. Ces derniers deviennent des objets de culture communs, que les marques proposent au public de la même manière que les films, la musique populaire ou même les automobiles.

b) La publicité

Partie intégrante des politiques commerciales, la publicité a pour principal rôle de promouvoir auprès du public, les productions « vidéoludiques ». Outre cet aspect primaire, elle est aussi le reflet de la communication des industriels du jeu vidéo, et des différentes orientations voulues autour de jeux, d'une gamme de jeux, ou des machines ludiques. Ainsi, si les campagnes promotionnelles du secteur comportent des éléments communs, elles changement régulièrement et les tendances sont renouvelées pour chaque nouvelle génération de consoles ou d'ordinateurs. A travers la publicité, nous pouvons également observer les évolutions de l'industrie, ainsi que les différents publics auxquels s'adresse le jeu vidéo, et ceux qu'ils tentent de toucher.

Plusieurs types de publicités

Il n'existe pas qu'un seul type de publicités pour ce loisir numérique. Les plus courantes et les plus nombreuses sont celles qui concernent les jeux et les systèmes ludiques. Nous les rencontrons tout au long de notre période d'étude. A côté de ces dernières, se trouvent, principalement durant la première moitié des années 1980, des annonces relatives aux éditeurs. Elles mettent en avant et attirent l'attention, non pas un jeu en particulier, mais sur une entreprise[1339] et parfois sur certains de ses titres. D'autre part, on note des publicités pour des accessoires, des événements (salon, tournée de promotion, concours) mais aussi et surtout pour des magasins spécialisés.

Ce dernier type de publicité se trouve majoritairement dans la presse spécialisée. Non seulement, elles permettent de faire connaître aux joueurs les différentes enseignes[1340] et leur emplacement, mais en plus, elles servent de catalogue. En effet, ces publicités sont constituées de listes (par marque, par machine) indiquant la disponibilité et les prix des jeux et des systèmes ludiques. Mises à jour chaque mois, elles offrent la possibilité aux joueurs d'être au courant des arrivées[1341], des

[1339] Il s'agit de promouvoir simplement l'éditeur, ou d'avertir le public par exemple de son arrivée sur un système de jeux en particulier. Voir annexe publicités p. 198.
[1340] Ces enseignes sont des chaînes de magasins spécialisées, mais les plus nombreuses sont des boutiques indépendantes.
[1341] Notamment les disponibilités des jeux japonais et américains (importation parallèle).

promotions, ou des occasions. Elles sont aussi un moyen, pour certaines boutiques, de proposer un service de vente par correspondance.

Deux principaux supports de publicité

Différents supports et médias sont utilisés pour diffuser les publicités du jeu vidéo. S'il est possible d'en trouver sur des panneaux d'affichages dans les rues, ou sous forme de message sonore à la radio, les deux principaux vecteurs de communication sont la télévision et la presse. Pour la télévision, les publicités sont dans une grande majorité des cas, proposées par les constructeurs de machines, et parfois par les grands éditeurs de jeux. Par l'intermédiaire ce media, les sociétés tentent de toucher, avant tout, le grand public qui ne suit pas forcément l'actualité de l'industrie du jeu vidéo. En ce qui concerne la presse, c'est selon nous, le media le plus important dans la propagation des publicités du secteur[1342]. Elles sont présentes aussi bien dans la presse généraliste, visant davantage le grand public, que dans la presse spécialisée dont le public est principalement constitué de joueurs. Signalons qu'il n'y a pas de campagne différente pour ces deux genres de presse. Les publicités publiées sont les mêmes pour ces deux types de lectorat. A la fin de notre période d'étude, Internet devient un media prisé des annonceurs, par ce qu'il offre de nouveaux espaces publicitaires. Les publicités se trouvent majoritairement sous la forme de bannières insérées sur un site Internet, ou apparaissant dans une petite fenêtre lorsque l'internaute parvient sur un site. Selon une étude datant de 2002, publiée par le site de l'AFJV, l'industrie du jeu vidéo est un annonceur important sur Internet[1343].

Budget publicitaire

[1342] D'ailleurs, pour cette partie, notre étude s'appuie principalement sur les publicités de la presse. Elles sont les plus nombreuses mais aussi les plus simples à obtenir.

[1343] En termes d'audience, la France arrive en Europe en seconde position derrière l'Espagne. Les publicités du jeu vidéo sur Internet touchent en France 22,80% des internautes, soit 2 477 000 d'individus (pour l'Espagne, la couverture est de 30,60% pour 1 368 000 d'individus exposés). La Grande-Bretagne, traditionnellement le premier marché européen, se trouve en cinquième position, avec une couverture publicitaire de 11,10%, touchant 1 802 000 de personnes. Au niveau des annonceurs, Microsoft et sa campagne pour le site Internet *Xbox.com* parvient en tête, en touchant 10,80% des internautes (1 176 000 d'individus). Le second est le magazine en ligne, *Jeuxvideo.com* dont la bannière est vue par 6,80% des personnes allant sur Internet (744 000 individus). « Le jeu vidéo et l'Internet » dans *AFJV.com*, 5 mai 2003, http://www.afjv.com/press0305/030505_netvalue.htm

Les budgets consacrés à la publicité sont généralement considérables[1344]. Les plus gros investisseurs dans le domaine sont les constructeurs de consoles. Au début des années 1990, au moment de l'affrontement entre Nintendo et Sega sur le marché, ces deux entités réalisent de lourds investissements de promotions sur le sol français, et plus généralement en Europe, pour imposer leur machine respective. Nintendo consacre en France environ 120 millions de francs[1345] (1 829 388 euros), tandis que Sega alloue 165 millions de francs[1346] (2 515 409 euros) pour sa campagne[1347]. A titre de comparaison, ces deux chiffres sont, respectivement, équivalents aux dépenses engagées dans ce domaine par les compagnies d'assurance françaises et la Française des Jeux. En outre, en 1988, un éditeur français comme Infogrames possède un budget de publicité estimé entre 5 et 10 millions de francs[1348] (762 245 et 1 524 490 d'euros). Le niveau élevé des investissements en publicité des constructeurs semble demeurer constant jusqu'à la fin de notre période d'étude. En effet, durant l'année fiscale 1999/2000, Sony investit entre 130 et 140 millions de francs[1349] (19 818 372 et 21 342 862 euros) dans la publicité pour la marque *Playstation*[1350]. Autre exemple[1351], Nintendo dépense entre novembre 1998 et avril 1999, 40 millions de francs (6 097 961 euros) pour la promotion de la franchise Zelda sur *Nintendo 64*, et 50 millions de francs (7 622 450 euros), entre août 1999 et mars 2000, pour la licence *Pokemon*. En 2002, cette même firme débloque, à l'échelle européenne, un budget de 100 millions d'euros pour sa console *Game Cube*[1352]. Au vu des sommes engagées, la publicité apparaît comme un des éléments principaux des politiques commerciales des industriels qui portent une grande attention à ce domaine.

[1344] Nous n'avons pas trouvé de chiffres antérieurs aux années 1990. D'autre part, certains chiffres sont globaux et ils sont alloués à l'ensemble de la promotion. Ainsi si les dépenses concernent pour une grande part la publicité, elles comportent aussi par exemple les événements promotionnels comme les tournées, ou la mise en place des bornes de démonstration.
[1345] Ichbiah (Daniel), *Bâtisseurs de rêve : enquête sur le nouvel eldorado des jeux vidéo*, Paris, First Documents, 1997, 430 p. ; p. 150.
[1346] En Europe, c'est environ 700 millions de francs (106 714 312 euros) qui sont dépensés (soit 1/10^{e} du chiffre d'affaire de Sega). *Ibid.*
[1347] Celle-ci est symbolisée par le slogan : « Sega c'est plus fort que toi » et par un film publicitaire mettant en scène un « punk ».
[1348] « *Zoom* : Infogrames et la pub » dans *Joystick Hebdo*, n° 1, 9 novembre 1988, p.25 col. 3.
[1349] « *Dossier* : génération pub » dans *Joypad*, n° 91, novembre 1999, p. 84 col. 2.
[1350] L'investissement se repartit comme suite : 64% du budget est attribué à la télévision, 21% à la presse écrite (dont 17% pour la presse grand public), et 3% à la radio. *Ibid.*
[1351] *Ibid*. p. 88 col. 1.
[1352] « *En bref* : Télex » dans *Joypad*, n° 117, mars 2002, p. 34 col. 3.

Des campagnes publicitaires qui sont le témoin de leur époque

Tout au long de notre période d'étude, des transformations et des évolutions affectent les publicités. A l'apparition des jeux vidéo et durant l'ère des *Consoles Pong*, elles présentent ce nouveau loisir comme un jeu de société interactif et électronique, fonctionnant en complémentarité de la télévision.

Illustration 2.66: Publicité pour console *Odyssey*[1353]



Nous pouvons observer que ces publicités ciblent un public familial, notamment parce qu'elles mettent en scène une famille représentative, en train de jouer autour de la télévision. Elles font de la console un jeu pour tous (petits et grands). Certaines adoptent parfois un ton pédagogique dans leur texte, afin d'expliquer le fonctionnement et les principes de ces jeux. En outre, ces publicités se rapprochent des celles qui sont employées pour les jeux de société traditionnels.

Illustration 2.67: Quelques publicités caractéristiques du début des années 1980

[1353] Ces deux publicités datent apparemment de décembre 1973. Elles nous apparaissent comme l'archétype des publicités pour ce domaine, durant les années 1970.







Dans la première moitié des années 1980, le secteur de la publicité dans les jeux vidéo présente de nouveaux visages, en étant centré sur des jeux, des machines ou un éditeur. Ses codes (aussi bien visuel que « narratif ») se forment et ils deviennent propres aux jeux vidéo. La cible privilégiée, ce sont les enfants. De nombreuses publicités les mettent en scène, seul ou à plusieurs, mais sans adultes. Elles peuvent contenir une illustration, accompagnée de quelques photos d'écran[1354], ainsi que quelques paragraphes sur les jeux présentés. Certaines mettent également en évidence une rangée de boîtes des jeux, ce qui renvoie implicitement à la notion de collection[1355]. Le jeu présenté dans la publicité étant alors une nouvelle pièce de la collection dans la ludothèque de telles ou telles machines. Remarquons que les publicités pour les ordinateurs n'utilisent que très peu le jeu vidéo, préférant se concentrer sur la technique, l'objet, ou sur le côté usage multiple et utile de la machine[1356]. Il faut aussi noter que les publicitaires font des consoles ou des jeux vidéo un objet toujours familiale, mais aussi futuriste.

Illustration 2.68: Publicités pour les consoles Atari *VCS* et Mattel *Intellivision*





[1354] Ces photos d'écran des jeux ne sont pas systématiquement insérées dans les publicités.
[1355] Surtout que certaines boites et cartouches (cela dépend de l'éditeur ou du constructeur) sont numérotées.
[1356] Voir annexe publicités p. 199.

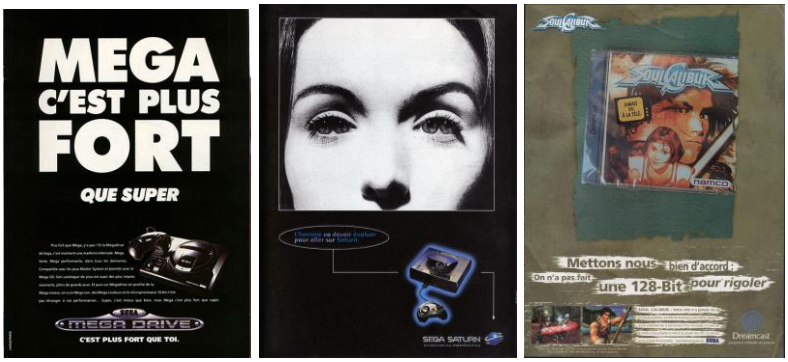
Sur la publicité de gauche, celle d'Activision, nous pouvons constater que la mise en scène concerne un salon familial qui a été le théâtre d'une partie de jeux vidéo (le salon est en désordre). Elle évoque une pratique qui n'est pas cachée ou restreinte à la chambre des enfants. La publicité de droite pour la console *Intellivision* est très épurée puisque le système de jeu et la télévision se trouvent dans une pièce vide. Sa représentation est futuriste dans le sens où la façon de disposer la console et la télévision rappelle un poste de pilotage d'un vaisseau spatial. En outre, nous pouvons aussi nous demander si ce n'est pas une façon d'évoquer des films comme *2001, l'odyssée de l'espace*, *Star Wars* ou une série comme *Star Trek*. Soulignons aussi que ces deux publicités établissent le lien entre les jeux vidéo et la télévision.

Avec la domination des Japonais sur le secteur, les publicités se découpent en campagne, selon les politiques commerciales des constructeurs. Les structures françaises, par ailleurs, sont assez libres dans la réalisation des publicités pour l'hexagone. Ainsi, on peut noter de vraies différences entre les publicités issues de différents pays, notamment à la télévision. Entre les différents acteurs du marché, il y a un ton propre à chaque entreprise et des marques distinctives dans leurs annonces. Une société comme Nintendo se concentre, sans changer d'orientation durant la période étudiée, sur son cœur de cible, à savoir les enfants et les adolescents[1357]. La firme tente de séduire les plus jeunes, en utilisant son univers et ses personnages, et ses publicités mettent bien souvent en valeur ses jeux.

Sega cible, pour sa part, un public plus âgé que son concurrent historique, et marque principalement les esprits avec ses publicités de l'ère 8 et 16 bits. C'est l'époque de « Maître Sega », du « Punk » et du slogan « Sega c'est plus fort que toi ».

Illustration 2.69: Publicités Sega (*Megadrive*, *Saturn*, *Dreamcast*)

[1357] « *Dossier* : génération pub » dans *Joypad*, n° 91, novembre 1999, p. 88 col. 1.



Le constructeur tente de montrer sa force et sa technologie et il parvient à non seulement attirer l'attention du public, mais aussi à capter sa sympathie. Si certaines annonces peuvent être risquées[1358], toutefois, on peut remarquer que les publicités pour les consoles 32 bits et 128 bits, sont banales[1359], moins glorieuses, et elles marquent beaucoup moins les joueurs et le grand public[1360]. Il faut aussi noter qu'en France, Sega utilise peu son image liée à l'arcade.

Enfin, Sony a plusieurs approches dans la façon de faire de la publicité autour de la marque *Playstation*. Lorsque la firme entre dans le secteur du jeu vidéo (en 1995, en France), elle ne reprend pas les codes habituels des publicités de l'industrie. Elle réalise des films publicitaires et des annonces décalées[1361], qui ne montrent ni la console ni les jeux. Cependant les campagnes qui suivent, insistent bien sur les logiciels ludiques[1362].

Illustration 2.70: Quelques publicités pour la console *Playstation*

[1358] Nous pensons à une publicité pour l'accessoire *32X*. Sur deux pages, l'accroche indique sur la première : « Sega lance un système révolutionnaire qui ne sert à rien », puis continue sur la seconde en signalant « sauf si vous avez déjà une *Megadrive* ». Elle nous apparaît comme risquée, dans le sens où elle signale l'inutilité de l'accessoire, ce qui généralement ne se fait pas, lorsqu'il faut promouvoir un produit. Voir annexe publicités p. 204.
[1359] C'est par exemple le cas, des campagnes françaises pour la console *Saturn*. En effet, Sega joue sur le nom de la console et le thème de la planète, et donc le côté extra-terrestres. Comparé aux publicités de Sony pour sa *Playstation*, celles de la *Saturn* apparaissent comme simples, et sans grandes originalités.
[1360] Comme par exemple, la campagne autour de la *Dreamcast* que nous avons déjà mentionné. Sega tente de faire de sa console, une marque à part entière, s'inspire de Sony, et oriente sa communication autour du jeu multijoueur et d'Internet. Néanmoins, le public et les joueurs ne suivent pas la marque.
[1361] La campagne tourne autour d'un « comité anti-*Playstation* », jouant sur le second degré, la dérision et l'humour.
[1362] Il apparaît que le fait de montrer les jeux a eu un impact positif sur les ventes. « *Dossier* : génération pub » dans *Joypad*, n° 91, novembre 1999, p. 88 col. 2.



En outre, Sony place sa console au centre des loisirs, et parvient à en faire une marque à part entière. Le jeu vidéo étant mis sur le même plan que la musique, le sport ou le cinéma[1363]. Cette volonté se poursuit avec la *Playstation 2*, qui avec son lecteur DVD, façonne encore un peu plus l'idée d'une console, partie intégrante des loisirs, et notamment des loisirs numériques. Signalons que la société est réputée pour ses publicités étranges, politiquement incorrect et parfois incompréhensibles[1364], à l'image d'un film publicitaire pour le lancement de la *Playstation 2* en Angleterre, réalisé par le cinéaste David Lynch[1365].

Les thèmes utilisés dans les publicités

En ce qui concerne les thèmes utilisés dans les publicités, ces derniers dépendent du sujet traité par l'annonce, mais aussi de la politique de l'éditeur ou du constructeur. De ce fait, il y a une grande variation dans les thématiques proposées. Pour les jeux, dans la plupart des cas, ils sont calqués sur le thème du logiciel.

Illustration 2.71: Publicités pour quelques jeux vidéo

[1363] *Ibid.* p. 85 col. 1.
[1364] Notons que Sony crée, au tout début de l'année 2004, un événement à l'Olympia, autour de ses publicités. Nommé *Pubstation*, il s'agit de projections des différentes publicités *Playstation*. Ceci constitue une première, et d'une certaine manière, on peut y voir une sorte de reconnaissance d'une culture « jeu vidéo ». Voir : Manu, « *PlayStation* célèbre ses 10 ans de pub » dans *Playfrance.com*, 10 décembre 2003, http://www.playfrance.com/news-playstation-celebre-ses-10-ans-de-pub.html ; annexe publicités p. 210.
[1365] David Lynch est notamment le réalisateur des films *Elephant Man*, *Blue Velvet* et *Mulholland Drive*.



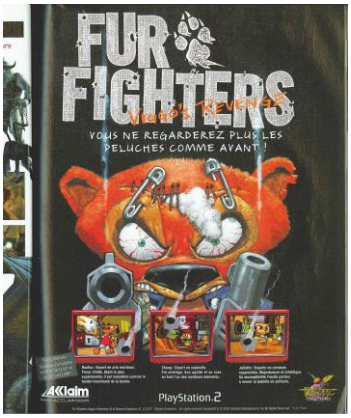
Par exemple, un jeu de sport aura une illustration ayant un rapport avec la discipline concernée, ou bien la photographie d'un sportif sponsorisant le programme ludique. De la même façon, un jeu possédant un thème d'*heroic-fantasy* ou de science-fiction mettra en avant des éléments de ce genre d'univers (chevalier, magie, dragon pour l'un, planète, espace, vaisseaux spatiaux pour l'autre). D'autre part, les personnages vedettes d'un jeu (Mario, Sonic) ont de grandes chances d'être utilisés pour la promotion d'un titre les mettant en scène.

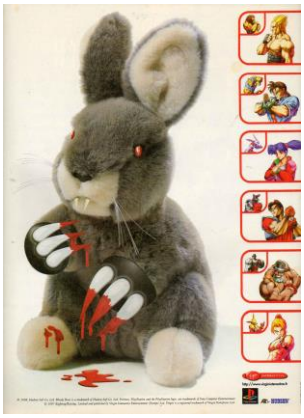
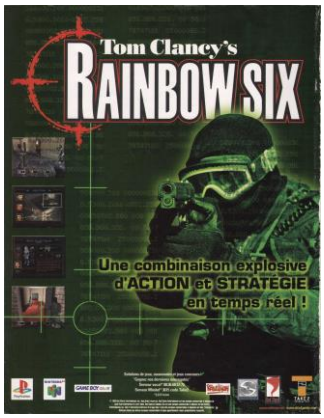
Pour les machines de jeux, s'il n'y a pas vraiment de thèmes de prédilection, en revanche il arrive que les publicités se concentrent sur un aspect particulier du système. Par exemple, pour la console *Game Cube*, les premières publicités s'appuient sur la forme cubique de la console. Ainsi, elles présentent différents éléments des jeux, et même un joueur[1366], prisonnier dans un cube transparent[1367]. Les consoles portables offrent également un exemple intéressant car, lors de leur introduction, les annonces (que ce soit dans la presse ou à la télévision) sont axées sur le côté mobile de ces appareils. Ces derniers sont mis dans différentes situations[1368], pour montrer qu'il est possible dorénavant de jouer en dehors de la maison, en s'affranchissant de sa télévision.

[1366] Pour ce cas, il s'agit de faire l'analogie avec un bébé dans le ventre de sa mère. Le slogan de la publicité étant par ailleurs « la vie est un jeu ». Voir annexe publicités p. 215.
[1367] *Ibid.*
[1368] Nintendo réalise pour la *Game Boy* des montages photographiques, plaçant la console dans les mains de différentes personnes (enfants, adulte, femme, homme, sportif), et dans les situations les plus insolites (au milieu d'une mêlé de football américain, dans les mains d'un parachutiste, policier, arbitre de football). On peut aussi la voir dans les mains de personnages de tableaux. Le slogan du lancement de la console va dans le même sens. Se présentant sous la forme d'une question, il demande : « vous jouez où avec le vôtre ? ». Du côté de chez Sega, la même stratégie et les mêmes thèmes sont utilisés pour sa console portable *Game Gear*. Par exemple, deux publicités montrent implicitement la présence de la console dans des lieux ou des moments insolites. La première présente une rangée de CRS durant une manifestation, tandis que la seconde se déroule durant une séance parlementaire, dans l'hémicycle de l'Assemblée Nationale. Le slogan reprend et adapte le slogan phare de la marque (« où que tu sois, c'est plus fort que toi »). Voir annexe publicités p. 214.

Certains thèmes observés apparaissent comme provocateur, politiquement incorrect, voire de mauvais goût, et jouant parfois sur les reproches ou les craintes suscitées par les jeux vidéo.

Illustration 2.72: Publicités qui utilisent un thème violent



Pour son jeu de course automobile *Gran Turismo 3*, Sony réalise une publicité pour la presse, se présentant sous la forme d'un tableau, montrant une route et un cerf regardant son congénère écrasé[1369]. A cette forme de violence, il faut ajouter aussi la dépendance. Sega n'hésite pas à jouer avec un vocabulaire rappelant la drogue et les drogués. Pour promouvoir son *Mega CD*, la marque utilise dans l'une de ses annonces, l'accroche suivante : « si vous voyez un hérisson planer, ne vous inquiétez pas, c'est qu'il est sous l'effet de la 3D ». Pour le jeu *Thunder Blade*, le slogan utilise la même rhétorique, mais en abordant le ton de la prévention : « diminuez les doses en cas d'effet secondaire »[1370].

Illustration 2.73: Publicités à caractère « érotique »

[1369] Cette publicité peut surprendre car le jeu se veut une simulation de course automobile, et elle ne reflète pas vraiment les priorités et les buts du programme ludique.
[1370] Voir annexe publicité p. 204.



Enfin, à quelques rares occasions, l'érotisme est utilisé, allant de publicités gentiment polissonnes, à des annonces dont les suggestions sont grossières. Par exemple, pour la publicité pour le jeu *Tomb Raider 3* (seconde publicité de l'illustration 2.71) possède un slogan qui dit : « c'est encore mieux la troisième fois ».

Il est à noter que toutes ces publicités qui peuvent faire polémiques ou choquer, ne sont pas remises en question par la communauté des joueurs, par la presse spécialisée ou les sociétés concurrentes. Le plus souvent, elles attirent sourires ou ignorances. Pour expliquer ces faibles réactions, nous devons faire remarquer que la majorité des thèmes utilisés et des publicités ont pour but d'attirer et de séduire le public masculin[1371] qui se trouve être la principale cible des entreprises de jeux vidéo[1372]. De cette manière, l'ensemble des professionnels utilise plus ou moins les mêmes thèmes et les mêmes codes pour s'attirer les grâces des consommateurs.

Soulignons que certaines publicités utilisent des thèmes, qui du point de vue des joueurs, sont maladroits et peuvent donner l'impression d'une certaine méconnaissance du jeu vidéo. Par exemple, pour le jeu de combat *Street Fighter 2* sur *Super Nintendo*, la publicité met en scène un homme entièrement plâtré, avec pour slogan « dans quel état serez-vous après *Street Fighter 2* »[1373]. Si les publicitaires ont voulu jouer sur le côté combat, l'image n'a aucun rapport avec le jeu en lui-même ou sa mythologie. Pareillement, une publicité pour le jeu *Zelda*, sur la même console, présente un squelette devant une télévision[1374]. Il s'agit de mettre l'accent sur la durée de vie du titre, mais encore une fois, cela n'a pas vraiment de lien avec le jeu. Nous pensons que ces décalages proviennent soit des agences

[1371] Meisterman (Nathalie), « Moi Jane, toi micro » dans *Tilt*, n° 56, juillet/août 1988, p. 98 col. 3.
[1372] Pour les questions relatives aux joueurs et aux différents publics jouant aux jeux vidéo, voir p. 403.
[1373] Voir annexe publicités p. 212.
[1374] *Ibid.* p. 213.

chargées de réaliser les publicités qui ne sont pas toujours au fait des jeux soit de directives des filiales françaises qui veulent mettre l'accent sur un point précis du jeu.

Les arguments des publicités

Au travers des publicités, différents arguments sont développés pour promouvoir les jeux et les systèmes ludiques. Ils prennent la forme de phrases, de textes plus ou moins longs[1375], ainsi que de notes issues des magazines spécialisés. Le premier d'entre eux, vise à vanter la réussite du produit aux Etats-Unis et l'engouement du public américain. On l'observe dès l'émergence des jeux vidéo, jusqu'au début des années 1980. Nous le trouvons, par exemple, sur une des publicités pour l'*Odyssey*, qui emploie des termes forts (voire exagérés) tels que « fait fureur aux USA »[1376] ou « dans toutes les familles américaines, on s'en donne à cœur joie »[1377]. De même, il peut y avoir la mention « n°1 aux USA »[1378]. Par ailleurs, une publicité datant de 1983[1379], pour la console de second plan, *Home Arcade*, vante les mérites de la technologie américaine supposée être au cœur de la machine. Cet argument n'est pas spécifique aux jeux vidéo, car il se retrouve, dans de nombreuses publicités, pour des produits culturels de masse (musique, film). Notons que lorsque le jeu vidéo sur console devient majoritairement japonais, ce genre de citation n'est pas adapté, alors même que les ventes, sur ce marché asiatique, sont généralement faramineuses.

Parmi les autres arguments observés, notons la position d'une marque sur le marché[1380], ou un chiffre de vente conséquent, censé montrer son succès[1381]. La technologie est aussi employée, avec la mise en avant de caractéristiques techniques[1382]. Toutefois, il n'est pas obligatoire de présenter une série de données

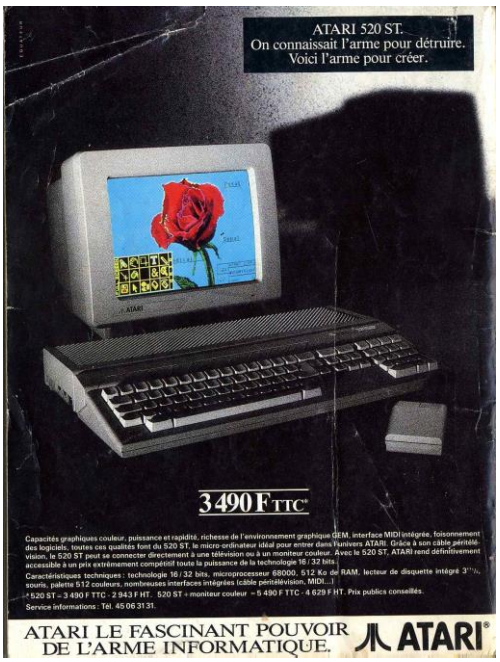
[1375] A noter que les textes peuvent être utilisés pour raconter succinctement l'histoire du jeu, ses buts, ou énumérer certains de ses éléments.
[1376] Voir publicités de l'illustration 2.66 p. 363.
[1377] *Ibid*.
[1378] « Publicité *Enduro* » dans *Tilt*, n°7, septembre/octobre 1983, p. 13.
[1379] Voir annexe publicités p. 202.
[1380] Commodore se dit, par exemple, le second constructeur mondial d'ordinateurs. « Publicité *Amiga* » dans *Tilt*, n° 101, avril 1992, p.65.
[1381] Pour une publicité pour l'*Amiga 500*, Commodore indique avoir écoulé 10 000 ordinateurs dans le monde. « Pub *Amiga* » dans *Tilt*, n° 58, octobre 1988, p. 3.
[1382] Une publicité pour la *Megadrive* parle de « graphismes exceptionnels », d'animation rapide et fluide, de processeurs 16 bits, de son FM stéréo. « Publicité *Megadrive* » dans *Player One*, n°1, septembre 1990, p. 2 et 3.

(techniques). D'ailleurs, une majorité des publicités pour les jeux n'en ont pas. Certaines annonces se contentent simplement de dire que la puissance du système est incroyable, ou que les graphismes du programme ludique sont étonnants. Le but des annonceurs est alors de montrer que grâce à la technologie qui offre aux machines de grandes possibilités, ou des jeux fabuleux, l'expérience de l'utilisateur sera unique et incroyable.

Il nous semble également intéressant de révéler que les publicités pour les ordinateurs ludiques cherchent à démocratiser l'outil informatique, en le rendant accessible à tous, et en le présentant comme amusant[1383]. D'autre part, les fabricants de ces machines, dont l'utilisation première est le jeu vidéo, tentent d'atténuer le plus possible cette pratique pour montrer le côté pluridisciplinaire du système, et son caractère tout public. Au début des années 1990, Amstrad invoque l'argument pédagogique, afin de présenter ses ordinateurs comme des outils d'apprentissages[1384].

Illustration 2.74: Publicité pour *Atari ST* et *Amiga 500*





[1383] Nous le voyons avec des slogans tels : « *Amiga 600*, le micro maxi fun » ou bien encore « *Amiga*, j'ai un ami dans l'informatique ». Voir : « Publicité Commodore *Amiga 600* » dans *Tilt*, n° 106, octobre 1992, p. 47. ; « Publicité *Amiga* » dans *Tilt*, n° 90, mai 1991, p. 2 et 3.
[1384] Le slogan de la marque est alors « tu peux bosser et t'éclater ». Voir annexe publicités p. 200.

Atari et Commodore, pour leur part, occultent le plus possible l'aspect jeux, au profit des utilisations créatives et extra-ludiques. Les publicités de Commodore sont centrées soit sur la puissance[1385] de la machine soit sur la pluralité des usages[1386] de l'*Amiga*. La marque commercialise notamment différents packs (illustration ??) adaptés à la musique, au dessin ou à la bureautique, incluant donc des programmes spécifiques. Il en est de même pour Atari, qui opte pour cette politique, tout en insistant sur le côté créatif avec des publicités dont les slogans sont explicites comme par exemple « *Atari 520 ST* y'a du génie dans cette boîte là »[1387], « Atari : le fascinant pouvoir de la création »[1388] ou « on connaissait l'arme pour détruire, voici l'arme pour créer » (illustration 2.74, publicité de droite).

D'autre part, quelques entreprises indiquent aux joueurs (et aux parents), qu'ils en auront pour leur argent, s'ils décident d'acheter leur machine[1389], ou tel ou tel titre de leur catalogue. Le but est de présenter l'achat, comme un bon investissement en terme ludique. Nintendo évoque, par exemple, dans une publicité de 1992[1390], un coût d'un franc cinquante en moyenne, pour une heure de plaisir avec ses jeux. La firme japonaise veut ainsi montrer que le coût du divertissement est bon marché avec sa console, mais aussi par rapport aux longues heures d'amusement procuré par ses jeux[1391].

Enfin, nous remarquons que le jeu vidéo ne met pas en avant ses personnalités, à l'image de ce qui peut se faire dans le cinéma[1392]. A de rares exceptions, les publicités indiquent le créateur du jeu (et son titre vedette), ou la participation d'un grand nom du secteur. C'est par exemple le cas de celle de *Beyond good and*

[1385] Notamment une publicité datant de 1987 et parue dans la presse qui insiste sur la puissance de la machine. « Publicité *Amiga 500* » dans *Tilt*, n° 45, septembre 1987, p. 119.
[1386] Commodore illustre cette notion à travers le slogan : « *Amiga*, j'ai un ami dans l'informatique ». « Publicité *Amiga 500* » dans *Tilt*, n° 90, mai 1991, p. 3.
[1387] « Publicité *Atari 520 ST* » dans *Tilt*, n° 59, novembre 1988, p. 22.
[1388] *Ibid*.
[1389] Au milieu des années 1980, certaines publicités pour des ordinateurs évoquent comme argument, le rapport qualité/prix du système, en insistant sur une donnée technique précise. Par exemple, l'annonce mettra en relation et en évidence le prix de l'ordinateur, et la quantité de mémoire dont il dispose. Voir annexe publicités p. 200.
[1390] Voir annexe publicités p. 210.
[1391] Cet argument vient en quelque sorte légitimer le prix des jeux, que beaucoup considèrent comme élevé. Les logiciels sont chers mais ils procurent de longues heures de plaisir. Pour les questions sur le prix des jeux, voir p. 390.
[1392] Sur certaines affiches de film, il est souvent mentionné « par le réalisateur de », par les producteurs de ».

evil[1393], qui nomme explicitement le créateur du jeu, à savoir le Français Michel Ancel, et rappelle qu'il est aussi le père du personnage Rayman (jeu éponyme).

Conclusion : des publicités pour adolescents et jeunes adultes

A l'issue de notre étude, nous pouvons constater un changement dans les cibles visées par les publicités de jeux vidéo. Entre le milieu des années 1970 et le milieu des années 1980, elles s'attachent à attirer un public familial ainsi qu'aux enfants. Les jeux vidéo sont représentés comme des jeux pour tous qui utilisent la télévision. Cette association entre les deux appareils est montrée dans un but pédagogique, pour que le public comprenne le fonctionnement de ce nouveau loisir. A partir de la fin des années 1980, le ton des publicités change avec l'arrivée et la domination des constructeurs japonais sur le marché français. Les publicités deviennent moins familiales. Elles se recentrent davantage vers les enfants, mais aussi et surtout sur les adolescents. C'est pour séduire ces derniers qu'une marque comme Sega commence à utiliser des thèmes subversifs. Une tendance qui se poursuit avec Sony. Cette dernière entreprise initie en plus des campagnes publicitaires décalées qui ne font pas toujours des produits ludiques le centre des annonces. Devant leur réussite, c'est une tendance qui se propage à tous les constructeurs de console. A la fin de la période que nous étudions, nous pouvons observer que la publicité s'adresse en priorité aux adolescents et aux jeunes adultes. Ses thèmes sont principalement axés autour de la violence, de connotations sexuelles, mais aussi d'un humour grivois.

Il n'est pas aisé de connaître l'impact des publicités sur les joueurs et sur le grand public, en raison d'un manque de documents ou d'études sur cette question. Néanmoins en 2003, le SELL indique à propos des joueurs que « leur source d'information favorite est le bouche à oreille, suivie de très loin par la publicité puis la presse spécialisée. »[1394]

[1393] « Publicité : *Beyond good and evil* » dans *Joypad*, n° 136, décembre 2003, p. 2.
[1394] « Etude sur les joueurs de 15 ans et plus (GFK-Sell) » dans *AFJV.com*, 26 décembre 2006, http://www.afjv.com/press0402/040211_sell.htm

Devant l’importance croissance de la communication des sociétés et des budgets accordés à la publicité, nous pouvons déduire que c’est un moyen efficace de toucher le public. Ajoutons que la promotion des jeux auprès des passionnés passe aussi de manière plus implicite par la presse spécialisée, avec ses tests, ses reportages et ses actualités.

3) Le commerce des jeux vidéo

a) La distribution de jeux vidéo

Avec ce paragraphe, nous allons étudier tout ce qui concerne les points de vente de jeux vidéo et la distribution qui y est associée. Pour acheter des jeux vidéo, il existe différents types de lieux, dont la principale distinction est le caractère spécialisé (dans le jeu vidéo) ou non de l'enseigne. Suivant cette démarcation, des variations peuvent apparaître dans le genre de public fréquentant les magasins, mais aussi dans les produits proposés, ou dans la façon, pour les professionnels, de se les procurer.

Le développement des magasins spécialisés

Lorsque les jeux vidéo arrivent en France, durant la première moitié des années 1970, ils sont tout d'abord commercialisés dans les boutiques non spécialisées[1395]. S'il est difficile de connaître avec exactitude les types de magasins les proposant, toutefois un article de presse datant de 1975 et concernant la console *Tele-Spiel*[1396], donne quelques indications. Il signale que cette machine est vendue dans les grands magasins et les magasins de jouets. D'autre part, nous avons également vu que des kits pour réaliser des *Consoles Pong* sont proposés dans des boutiques dévolues à l'électronique. Au début des années 1980, alors que l'informatique familiale se démocratise, les spécialistes qui vendent des ordinateurs, ne semblent pas, d'après leurs publicités, s'intéresser aux programmes ludiques (et encore moins aux consoles). Par contre, on note que les clubs vidéo, dédiés à la location de cassettes de films, se mettent aux jeux vidéo, en proposant des cartouches pour les consoles[1397] (location et achat).

Les différents types d'enseignes non spécialisées

[1395] Ceci semble logique dans la mesure où les jeux vidéo constituent une nouveauté.
[1396] http://www.pong-story.com/spiel.htm
[1397] Au début de l'année 1983, une actualité de *Tilt* laisse entendre que c'est un mouvement croissant, touchant plusieurs clubs vidéo (voire de plus en plus). « *Tilt journal* : shopping : encore un ! » dans *Tilt*, n° 4, mars/avril 1983, p. 8 col. 2.

Au fur et à mesure du développement des jeux vidéo au sein de la société, se dégagent trois types d'enseignes non spécialisées. Premièrement, les boutiques de jouets, et plus particulièrement les chaînes de magasins comme Jouet Club ou Toys'R'Us. L'offre en jeux vidéo est principalement (voire exclusivement) axée sur les consoles[1398]. Deuxièmement, les magasins spécialisés dans un domaine (autre que les jeux vidéo). C'est tout d'abord les enseignes spécialistes de produits culturels comme la Fnac[1399] ou Virgin. Ensuite, il y a des établissements dédiés à l'électroménager tels Boulanger ou Darty qui proposent des ordinateurs et des consoles, mais dont le rayon des produits ludiques est plutôt restreint. Enfin, les spécialistes de l'électronique ou de l'informatique tels les magasins Nasa ou Surcouf[1400].

Troisième et dernier type de non-spécialiste, les hypermarchés (grandes surfaces), qui mettent l'accent sur les jeux vidéo, au moment où Nintendo et Sega arrivent en Europe, avec leurs consoles 8 bits (fin des années 1980, début des années 1990). La grande distribution est l'acteur le plus important, car elle concentre en son sein une grande partie des ventes de jeux vidéo[1401], sans compter la pression exercée par ses centrales d'achat[1402]. Pour ce type d'enseigne, les jeux vidéo

[1398] A la fin des années 1980 et durant les années 1990, les jeux vidéo sont placés dans ce type de magasin, à proximité des rayons dédiés à l'électronique de loisir qui proposent, par exemple, des appareils pour écouter de la musique (radio cassette, baladeur, chaîne hi-fi), des synthétiseurs et autres instruments de musique, ainsi que des petites télévisions. En outre, il peut aussi y avoir des micro-ordinateurs ludiques tels les *Amstrad CPC* (chez Toys'R'Us notamment). Toutefois, à partir de la seconde moitié des années 1990, seules les consoles et leurs jeux sont disponibles. « *Tilt journal* : Toys'R'Us : les prix ? Chut ! » dans *Tilt*, n° 71, p. 46 col. 2.

[1399] Il apparaît que la Fnac s'intéresse assez tôt, dès le milieu des années 1980, aux programmes ludiques pour les ordinateurs. En fin d'année 1992, l'enseigne crée même un magasin dédié à la fois à l'informatique et aux jeux vidéo, situé boulevard Saint-Germain à Paris. Dénommé Fnac Micro, il propose sur trois étages, des ordinateurs, des consoles, des jeux, mais aussi des accessoires pour ces machines, des livres, ainsi qu'un espace rencontre et exposition. Notons qu'à la fin des années 1990 ou au début des années 2000, ce magasin change d'adresse (toutefois il demeure boulevard Saint Germain), et il se réoriente vers l'ensemble des loisirs numériques (photographie, musique, cinéma, informatique et jeux vidéo). La présence de ce type de magasin au sein du réseau Fnac ne signifie pas la réduction de l'espace jeux vidéo dans les autres enseignes de la marque. Le Pennec (Rémi), « *Tilt journal* : Fnac micro » dans *Tilt*, n° 110, janvier 1993, p. 133 col. 2.

[1400] Soulignons que les boutiques indépendantes, spécialisées en informatique et vendant principalement du matériel, ne sont pas directement concernées par les jeux vidéo. La plupart ne commercialisent pas de jeux, mais les configurations d'ordinateurs *PC* proposées, ou les diverses pièces vendues à l'unité (carte graphique), peuvent être liées à ce loisir.

[1401] Nous n'avons pas trouvé de chiffres pour notre période d'étude. En revanche, en 2006, les hypermarchés et les différentes chaînes spécialisées (pas seulement en jeux vidéo) représentent environ 75% des ventes de jeux. En outre, pour un éditeur, se passer des grandes surfaces, c'est prendre le risque de voir une baisse des ventes d'environ 10% à 15%. Lacroix (Antoine), « Comment ça marche la distribution de jeux vidéo » dans *AFJV.com*, 26 décembre 2006, p. 2, http://www.afjv.com/press0501/050124_jeux_video_distribution.htm#Sommaire

[1402] Généralement, lors des différentes négociations, les hypermarchés obtiennent des conditions avantageuses, notamment sur la question des marges. Nous en reparlerons quand nous aborderons le thème de la distribution. Voir p. 383.

représentent un produit d'appel, dont la principale fonction est d'attirer le client dans le magasin. Comparativement à d'autres produits comme le CD ou le DVD, ils sont peu rentables[1403], et leur fréquence de vente est également moindre. Ils ne deviennent réellement intéressants qu'en fin d'année, car c'est durant cette période que le secteur concentre l'essentiel de ses ventes. La place accordée aux jeux vidéo est alors plus importante et ils sont mis en évidence, aux milieux des linéaires consacrés aux jouets[1404]. Au niveau des articles proposés, s'il y a des logiciels ludiques pour ordinateur, la majorité du rayon consacré aux jeux vidéo est occupé par les consoles. De plus, il s'agit de produits ludiques officiels et uniquement neufs (pas d'occasion).

Les magasins spécialisés

Pour leur part, les spécialistes du jeu vidéo apparaissent en France au début des années 1980, probablement en 1983. En effet, cette année marque la création, le 17 janvier, de *Micromania*[1405], l'une des toutes premières enseignes consacrées aux jeux vidéo, mais aussi de l'*Electron Club*, qui d'après *Tilt*[1406], est la première boutique à Paris dédiée exclusivement au « vidéoludisme ». Il existe deux sortes de magasins spécialisés, avec d'un côté les chaînes de franchisés, et de l'autre les indépendants.

En ce qui concerne les franchisés, notre période d'étude consacre principalement deux grandes chaînes de boutiques de jeux vidéo[1407], à savoir *Micromania* et *Score Games*. Ces deux entreprises ont une politique commerciale assez semblable, notamment en ce qui concerne les implantations de magasins. Elles visent en priorité les centres commerciaux (galerie marchande) et les grandes artères commerciales des villes. De même, le public recherché est avant tout familial et les cibles visées sont proches de celles des grandes surfaces ou des magasins non-spécialistes en jeux vidéo. L'offre ludique est similaire, puisqu'elle se cantonne à la production officielle. Toutefois, ces enseignes pratiquent l'occasion et elles

[1403] Notamment par rapport à la place qu'ils occupent dans le magasin et aux personnels mobilisés.
[1404] Le reste de l'année, ils sont généralement placés à proximité des espaces culturels, informatique, hi-fi et vidéo.
[1405] « *Tilt journal* : haute fidélité » dans *Tilt*, n° 4, mars/avril 1983, p. 8 col. 4.
[1406] *Ibid*. col. 3.
[1407] Il existe d'autres chaînes de magasins de jeux vidéo, mais les deux franchisés que nous allons présenter sont ceux qui possèdent la plus grande visibilité.

proposent à leurs clients de nombreuses offres de reprises de leurs matériels et de leurs jeux[1408].

Pour ce qui est de *Micromania*, l'enseigne est crée en 1983 dans le sud de la France[1409], et il s'agit de la première chaîne de magasins de jeux vidéo sur le territoire français. En 2003, elle compte cent soixante-cinq magasins à travers la France[1410], et elle possède une part de marché estimée à environ 20%[1411]. Commercialement, son positionnement suit les tendances et les modes du marché. Si *Micromania* est une enseigne axée sur les jeux pour ordinateurs durant la décennie 1980, à partir des années 1990, elle s'oriente vers les logiciels ludiques pour console. Au début des années 2000, les jeux pour les consoles représentent l'essentiel des revenus de la marque[1412]. Signalons que cette franchise est connue pour sa carte de fidélité[1413], mais aussi l'organisation de son propre salon dédié aux jeux vidéo, le *Micromania Games Show*, inauguré en 2000.

Quant à *Score Games*, l'enseigne est crée en 1992[1414], avec une première boutique à Paris (rue des Ecoles). Elle se démarque de la concurrence, en étant dans un premier temps tournée vers le marché de l'occasion, mais sa politique commerciale est ensuite calquée sur celle de la concurrence (comme *Micromania*). Toutefois, on note que la société œuvre pour proposer aux clients un fonds de catalogue conséquent. Racheté en octobre 2001, par l'Anglais *Game*, elle compte en 2003 cinquante-huit magasins en France[1415]. Sa part de marché s'établit entre 4% et

[1408] Par exemple, lors de la sortie d'un nouveau jeu ou d'une nouvelle console, des opérations spéciales de reprises sont organisées, permettant de faire baisser le prix des nouveautés. Cependant, selon nous, ces opérations, à de rares exceptions, ne sont pas intéressantes pour l'acheteur, car le prix de la reprise se trouve généralement dans une fourchette basse.
[1409] Les premières adresses se situent dans les Alpes-Maritimes. En 1983, une publicité indique une boîte postale située à Cagnes-sur-Mer, mais rapidement les annonces suivantes font état d'une adresse à Châteauneuf-Grasse. Voir : « *Tilt journal* : haute fidélité » dans *Tilt*, n° 4, mars/avril 1983, p.8 col. 4. ; « Publicité Micromania » dans *Tilt*, n° 12, mai 1984, p. 7.
[1410] Trente neuf ouvertures de magasins sont réalisées cette année là. Hecq (David), «*Nouvelles du Front*: *Micromania* en pleine forme : Tous les chiffres ! » dans *Objectifmicro.org*, 25 février 2004, http://www.objectifmicro.org/modules.php?name=News&file=article&sid=247
[1411] Pour la période allant de mars 2003 à mars 2004, la société annonce un chiffre d'affaire prévisionnel de 240 millions d'euros (contre 190 millions d'euros, l'année précédente). 48 millions d'euros sont réalisés sur le mois de décembre (représentant environ 20% du chiffre d'affaire). *Ibid.*
[1412] Les jeux pour ordinateur *PC* représentent 10% du chiffre d'affaire de l'entreprise. *Ibid.*
[1413] En 2003, cette carte est détenue par trois millions de personnes. *Ibid.*
[1414] « News/prévews : telex : des jeux d'occasion » dans *Joypad*, 12 septembre 92, p. 15 col. 1.
[1415] Trente et une boutiques se situent dans la région parisienne, représentant environ 60% de l'activité. En outre, l'enseigne emploie 450 personnes. Hecq (David), « *Game France*, le nouveau visage de *Score Game* » dans

6% et son chiffre d'affaire est de 60 millions d'euros[1416]. Comme pour *Micromania*, l'activité de *Score Game* est dominée par les consoles (70%). Les jeux pour ordinateur *PC* représente 20%, tandis que 5% sont réalisés sur des films DVD. Enfin, il faut noter la part importante du marché de l'occasion (25% à 30% du chiffre d'affaire[1417]).

Les magasins indépendants sont principalement de petites boutiques de quartier[1418], dont les gérants (et les vendeurs) sont souvent vus comme des passionnés de jeux vidéo. Réputés pour avoir les dernières nouveautés rapidement[1419], ces spécialistes sont aussi, et surtout, les acteurs majeurs du marché de l'occasion[1420] et du marché de l'importation parallèle[1421]. C'est d'ailleurs avec ces deux derniers marchés qu'ils réalisent la plupart de leurs bénéfices. Ils suivent aussi les tendances du secteur, en étant concentrés dans un premier temps sur les consoles, puis sur les micro-ordinateurs, avant de se tourner à nouveau vers les consoles. A la fin de notre période d'étude, ces enseignes sont presque exclusivement orientées vers ce dernier type de machines. Il faut également souligner que quelques boutiques, peuvent être plus ou moins dédiées à une marque précise[1422], mais néanmoins cette tendance disparaît durant les années 1990. En plus de la vente de jeux et de consoles, elles peuvent offrir d'autres produits[1423], mais aussi des services comme la commande de jeux spécifiques et non disponibles dans le magasin, la réparation de machines, ou la pose de puces pour se jouer des protections des consoles. Elles sont aussi susceptibles de prêter à la presse

---

Objectifmicro.org, 31 mars 2004, http://www.objectifmicro.org/modules.php?name=News&file=article&sid=290

[1416] *Ibid.*

[1417] *Ibid.*

[1418] Nous pouvons citer par exemple *Run Informatique*, *Shoot Again*, *Trader*, *Maxxi Game*, *Stock Game*, *Coconut*, ou bien encore *Ultima*. Notons que durant notre période d'étude, la mortalité de ce type d'enseignes est importante. Il n'y a ainsi aucune société qui traverse les décennies 1980, 1990 et le début des années 2000.

[1419] Il y a parfois une compétition entre les magasins, pour être le premier à offrir, avant la concurrence, les nouveaux jeux ou les nouvelles machines ludiques.

[1420] Voir p. 395.

[1421] Voir p. 396.

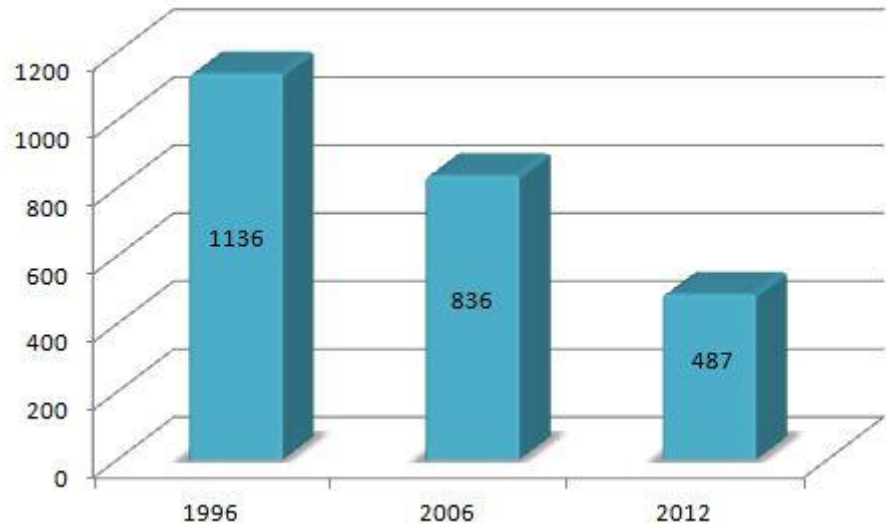
[1422] Par exemple, l'enseigne *Coconut* ouvre dans son magasin, un espace dédié à Commodore, tandis que *Micro Vidéo* est centré sur les ordinateurs Atari. « *Tam tam soft* » dans *Tilt*, n°27, décembre 1985, p. 96 col. 1 et 3.

[1423] Il s'agit d'objets ayant un rapport plus ou moins lointain avec les jeux vidéo. A partir du milieu des années 1990, nombreuses sont les boutiques à proposer des produits dérivés issus du *manga* et de l'animation japonaise étant donné l'intérêt croissant du public pour ce type d'univers. Au début des années 2000, avec la capacité de la *Playstation 2* et de la *Xbox* à lire les films sur support DVD, les enseignes spécialisées se mettent à vendre ce type de disque.

spécialisée, des jeux et des machines issus de l'importation parallèle pour la réalisation de ses tests[1424].

Toutefois, nous pouvons noter que ce type de boutiques commence à disparaître à la fin de la période étudiée.

Graphique 2.6: Nombre de point de vente spécialisé entre 1996 et 2012[1425]



Le graphique 2.6 montre qu'en 1996, la France compte 1136 revendeurs spécialisés dans les jeux vidéo. Dix ans plus tard, en 2006, ce chiffre est de 836, soit une chute de 35,88%. Un mouvement qui se poursuit jusqu'en 2012 où le nombre de boutiques s'établit à 487 (soit une baisse de 41,74% en six ans).

Pour expliquer ce phénomène, on peut pointer les mouvements de rachat ou de fusion. De petites structures indépendantes ou même des chaînes de boutiques franchisées se sont fait racheter à mesure que le marché du jeu vidéo se développait et se spécialisait. Nous pouvons également noter les charges qui pèsent sur les entreprises, mais aussi, et dans une moindre mesure, le piratage. Toutefois, les principales causes de cette mortalité proviennent de la concurrence importante des

[1424] C'est une pratique courante à la fin des années 1980 et au début des années 1990. Cependant, ce type de partenariat tend à disparaître, dans la seconde partie des années 1990, les magazines spécialisés se fournissant alors directement au Japon.
[1425] Hecq (David), « Importante baisse du nombre de magasins de jeux vidéo en France » dans *Objectifmicro.org*, 14 mai 2012, http://www.objectifmicro.org/modules.php?name=News&file=article&sid=1651

grandes surfaces, mais aussi du développement du commerce électronique (y compris pour ce qui est du marché de l'occasion avec des sites comme *Ebay* ou *Leboncoin.fr*). Il en est de même, et c'est en lien avec Internet, avec la progression des offres de contenus dématérialisés qui s'affranchissent d'un support physique (vendu sur des sites de téléchargement ou les boutiques de programmes au sein des terminaux de téléphonie mobile).

Cette tendance n'est pas propre au secteur du jeu vidéo, car le marché de la vidéo (principalement les boutiques de location) et du disque (les disquaires) ont aussi connu une telle situation. Nous pouvons donc voir que les jeux vidéo s'intègrent à un mouvement plutôt général, qui concerne, à un moment donné de leur développement, les industries culturelles et de loisirs.

La clientèle est majoritairement constituée de joueurs, ce qui fait que ces boutiques sont fréquentées par une population d'adolescents, de jeunes adultes, mais aussi d'enfants. Si leur première fonction est, bien entendu, l'achat et la vente de produits ludiques, elles représentent aussi une sorte de lieu de culte, un sanctuaire à la gloire du jeu vidéo, où se réunissent ses adeptes. De cette façon, elles symbolisent et matérialisent, avec la presse, une partie de la culture du jeu vidéo. Ainsi, les joueurs viennent y faire des rencontres, discuter et échanger autour de leur passion, se tenir au courant des dernières nouveautés, les voir en démonstration ou même les essayer.

La géographie des points de ventes

D'un point de vue géographique, et suivant une logique française, il existe une disparité entre Paris et la province, en ce qui concerne les boutiques de jeux vidéo. Durant les années 1980, en dehors de la capitale, ou de villes comme Lyon et Marseille, elles sont peu nombreuses, et les joueurs ont du mal à assouvir leur passion[1426]. Pour se procurer des jeux ou des périphériques, ils ont, entre autre,

[1426] A quelques reprises un magazine comme *Tilt* fait état de ce problème. Il lance même des appels aux revendeurs provinciaux pour qu'ils se fassent connaître, ou aux joueurs pour qu'ils signalent les boutiques de leur ville. « *Tam tam soft* : lecteurs, revendeurs, écrivez nous » dans *Tilt*, n° 29, mars 1986, p. 56 col. 3.

recours à la vente par correspondance[1427]. Les inégalités perdurent tout au long de notre période d'étude, même si elles s'amenuisent avec le développement des enseignes franchisées et de l'offre (en jeu vidéo) dans les grandes surfaces. Paris apparaît donc, pour les joueurs, comme un centre incontournable du jeu vidéo, surtout pour ceux qui s'adonnent aux jeux américains et japonais. Deux quartiers se distinguent particulièrement, en étant le cœur de ce commerce et de ce loisir. Le premier, le plus important, se développe à partir du milieu des années 1980, et il peut être perçu comme le quartier historique du jeu vidéo dans la capitale. Il s'agit du boulevard Voltaire dans le 11e arrondissement, à proximité de la place de la République[1428]. Le second, moins important en termes de nombre de boutique, émerge au milieu des années 1990, dans le 5e arrondissement, près de l'Université Pierre et Marie Curie, et de la rue des Ecoles.

La distribution de jeux vidéo

Lorsqu'on évoque les points de vente dans le domaine du jeu vidéo, se pose la question de la distribution des produits « vidéoludiques ». C'est un poste important, non seulement, parce qu'il permet d'apporter les jeux vidéo aux consommateurs, mais aussi en raison des sommes perçues et dépensées. Il représente, par exemple, 20% du budget consacré à la création d'un jeu sur console, à la fin de notre période d'étude[1429]. D'autre part, les marges octroyées à la distribution sur le prix de vente des jeux ne sont pas négligeables. Nous avons abordé ce point lors du paragraphe sur la création de jeux vidéo[1430]. Rappelons qu'en 2002[1431], pour un jeu sur ordinateur, 32% échoit à la distribution finale, tandis que 19% va à la distribution de

[1427] « *Tilt journal* : vasy Nasa » dans *Tilt*, n° 43, juin 1987, p. 17 col. 2.
[1428] Notons que les boutiques du boulevard Voltaire sont une véritable attraction, voire un pèlerinage à effectuer, pour tous les fanatiques de jeux. Si ce quartier est connu, et reconnu, en revanche, sa réputation décline à la fin de notre période d'étude, avec le développement des offres sur Internet. En effet, les joueurs critiquent essentiellement les prix jugés élevés, pratiqués dans les boutiques. Cependant, ils continuent à les fréquenter.
[1429] Natkin (Stéphane), *Jeux vidéo et médias du XXIe siècle : Quels modèles pour les nouveaux loisirs numériques ?*, Paris, Vuibert, 2004, 144 p. ; p. 23.
[1430] Voir p. 187 et p. 188.
[1431] « Répartition moyenne du prix de vente TTC d'un jeu » dans *AFJV.com*, 20 août 2003, http://www.afjv.com/chiffres/030718_chiffres05.htm

gros. Pour un jeu sur console, les pourcentages sont respectivement de 28,5% et de 14%[1432].

La distribution évolue avec le développement de cette industrie de loisir. Au début, les développeurs s'adressent à des prestataires pour écouler les jeux auprès des détaillants[1433]. Avec la professionnalisation du secteur, des sociétés de diffusion apparaissent, comme Nobilis ou SG diffusion. Toutefois, notons que la plupart des éditeurs disposent de leur propre service de diffusion. A cela s'ajoutent également des grossistes comme Innelec et Big Ben. Suivant la taille et la nature du revendeur, les interlocuteurs ne sont pas les mêmes.

Les hypermarchés, les multi spécialistes (*Fnac*) ou les chaînes de magasins spécialisés (*Micromania*) traitent directement avec les éditeurs ou les sociétés de diffusion. La grande distribution est toute puissante, et elle s'assure des contrats avantageux avec des marges confortables[1434]. Prenant en charge la livraison de chaque point de vente, ainsi que le retour des invendus, elle présente quelques avantages comme une homogénéité des prix, rassurant les fournisseurs, et un accès de qualité aux produits pour les consommateurs.

Les revendeurs indépendants (généralement les petites boutiques spécialisées), quant à eux, passent par des grossistes, pour obtenir la marchandise vidéoludiques[1435]. Ils sont souvent les plus désavantagés dans les négociations. Généralement, leurs invendus ne sont pas repris[1436] et leurs marges sont réduites[1437]. A ceci s'ajoutent certaines contraintes, pouvant fortement grever la

[1432] En 1993, selon le centre français du commerce extérieur, les marges sur le plan national sont de 20% pour les grossistes et 35% pour les détaillants. Sarron (Catherine, sous la direction de), « *Jeux vidéo* », Centre français du commerce extérieur, direction des industries et services, Les éditions du CFCE, mai 1994, 77 p. ; p. 47.
[1433] Lacroix (Antoine), « Comment ça marche la distribution de jeux vidéo » dans *AFJV.com*, 26 décembre 2006, p. 1. http://www.afjv.com/press0501/050110_jeux_video_distribution1.htm
[1434] Notamment, avec la pratique des marges arrières, qui est contesté parmi les fournisseurs, en raison de leur importance. Ces marges arrières permettent aux enseignes de récupérer des bénéfices sur la réalisation d'objectif de vente et la prestation de services annexes (présence en catalogue, mise en valeur du produit, paiement pour l'agrandissement des rayons), visant à assurer une visibilité aux produits. *Ibid.* p. 3. http://www.afjv.com/press0502/050209_jeux_video_distribution3.htm
[1435] *Ibid.* p. 2. http://www.afjv.com/press0501/050124_jeux_video_distribution.htm#Sommaire
[1436] La gestion des stocks apparaît comme une question importante pour ce type de revendeur.
[1437] Au début des années 2000, les indépendants réalisent en moyenne entre 0,5% et 3% de marge. Sur une console comme la *Playstation 2*, certaines boutiques gagnent 14 francs (2,1 euros) sur chaque console vendue. En ce qui concerne les jeux, elles peuvent gagner un maximum de 10 euros (TTC, avant impôt, sur un jeu coûtant 60 euros). Voir : Hecq (David), « *Playstation 2*: un mois après sa sortie française, le test

rentabilité de la boutique. C'est, par exemple, l'obligation de prendre une certaine quantité de produits, dont des jeux peu demandés, pour être approvisionné ou réapprovisionné en nouveautés. De même, le retour au service après-vente peut être à la charge du revendeur, et ce sans dédommagement.

La distribution en ligne

A partir des années 2000, une nouvelle forme de distribution émerge, avec le développement du commerce sur Internet, dont le principal avantage réside dans les prix pratiqués (moins chers que dans les boutiques physiques), et une offre très importante[1438]. Il y a deux façons d'appréhender les affaires sur ce nouveau media.

La première est l'achat dématerialisé, c'est-à-dire consistant, après un paiement, au téléchargement d'un jeu se trouvant sous l'aspect d'un fichier numérique. Plusieurs essais sont réalisés dès le milieu des années 1980, avec divers réseaux, dont celui du Minitel[1439]. Toutefois, cette forme de commerce n'en est qu'à ses balbutiements, et elle n'est pas franchement développée (très peu d'offres[1440]) durant la chronologie que nous étudions.

La seconde manière s'apparente à la vente par correspondance. Il s'agit d'aller sur un site de vente en ligne et de commander les articles souhaités. Les joueurs

---

complet (12/2000)» dans *Objectifmicro.org*, décembre 2003, http://www.objectifmicro.org/modules.php?name=News&file=article&sid=99 ; Dynamite Game, « Marketing et mort des consoles » dans Forum, *Planetjeux.com*, 7 décembre 2004, 21h16, http://www.planetjeux.net/forums/viewtopic.php?t=733&postdays=0&postorder=asc&start=15&sid=7f4d965dfe1455a8170832b5da025e10

[1438] Il est pratiquement possible de trouver n'importe quel jeu et n'importe quelle machine ludique sur Internet. L'offre concerne aussi bien les nouveautés que les occasions (notamment des jeux anciens et des machines qui ne sont plus commercialement exploitées), ainsi que les produits vidéoludiques officiels et étrangers (japonais, américains).

[1439] Il s'agit la plupart du temps de projets, en phase de test, comme ceux de Excelvision ou de la société TF01 filiale de chaîne de télévision TF1, ou bien d'initiatives expérimentées auprès d'un public restreint, telle celle de Téléchargement France Première. La majorité des offres prévoit un système d'abonnement au service de téléchargement. Desmedt (Patrice), « *Actuel* : il y a un logiciel au numéro » dans *Tilt*, n° 16, octobre 1984, p. 16.

[1440] Notons, en 2001, la création de la société française Metaboli, qui propose pour 19,90 euros par mois, un service de téléchargement illimité de jeux, uniquement sur ordinateur *PC*, parmi un catalogue de 90 titres. Pour jouer, il faut être connecté à Internet. Lorsque l'abonnement n'est pas renouvelé, les jeux acquis ne sont alors plus jouables. Ouvrons une parenthèse pour souligner que globalement, ce modèle économique, similaire aux abonnements des jeux en ligne, fait véritablement débats auprès des joueurs, et il représente un frein important (voire déterminant) pour beaucoup d'entre eux. Lacroix (Antoine), « Comment ça marche la distribution de jeux vidéo » dans *AFJV.com*, 26 décembre 2006, p. 3. http://www.afjv.com/press0501/050124_jeux_video_distribution.htm#Sommaire

peuvent avoir accès, non seulement à des boutiques françaises, mais aussi et surtout, à des enseignes étrangères, essentiellement américaines et asiatiques (Japon, Hong Kong)[1441]. Les marchands proposant les meilleurs prix sont généralement ceux qui ne travaillent que par l'intermédiaire d'Internet. A côté de ce type enseigne, il est également possible de se procurer des jeux vidéo, par l'intermédiaire de sites fonctionnant sur le principe des petites annonces ou des enchères[1442].

Conclusion : un commerce dominé par les grands acteurs de la distribution

La distribution de jeux vidéo apparaît au début des années 1980, au moment où se développe ce nouveau type de loisir. Si elle est plutôt le fait de structures spécialisées, dès les années 1990, les hypermarchés deviennent les principaux lieux d'achat de jeux vidéo. De cette manière, ils ne sont pas l'apanage d'un secteur spécialisé, et ils deviennent des produits récréatifs comme les autres (jouet, CD et DVD). Le poids de la grande distribution pèse dans les négociations pour l'approvisionnement des produits ludiques, mais aussi sur les prix des jeux puisqu'elle prend des redevances dont le montant n'est pas négligeable. Surtout, elles sont supérieures à ceux perçues par les créateurs de jeux. A la fin de la période étudiée, on peut noter une raréfaction des boutiques indépendantes, qui peut faire échos aux difficultés des commerces de proximité. Enfin, c'est aussi l'émergence de la distribution en ligne via Internet.

[1441] On constate que les sites étrangers sont souvent meilleur marché que les sites hexagonaux.
[1442] Cependant, avec ces sites d'enchère, il n'y a pas de certitudes (sauf exception) sur l'obtention de l'objet souhaité.

b) La consommation de jeux vidéo

Ce paragraphe vise à analyser les grandes tendances qui se dégagent du commerce des jeux vidéo. Qui achète les jeux vidéo ? Où se les procure-t-on ? Nous réservons aussi une place à la question du prix de ces jeux.

Les magasins privilégiés pour l'achat des jeux vidéo

Parmi les différents types de magasin que nous avons présentés, le tableau 2.12 montre qu'en 1993, que les hypermarchés sont le principal endroit où les consommateurs se procurent les jeux vidéo. Suivent ensuite les spécialistes des produits culturels, ainsi que les chaînes spécialisées (en jeux vidéo) et la vente par correspondance. Les revendeurs indépendants n'occupent qu'une infime partie du marché.

Tableau 2.12: Distribution de jeux vidéo (consoles et jeux) en France en 1993[1443]

Types d'enseignes	
Hypermarchés	70,5%
Grands spécialistes (Fnac, Micromania)	18%
Grands magasins	7,5%
Vente par correspondance	3,1%
Spécialistes (boutiques indépendantes)	0,9%

Cette configuration est représentative de la situation qui prévaut à partir des années 1990, c'est-à-dire au moment où les hypermarchés commencent à intégrer les jeux vidéo dans leurs rayons. Durant les années 1980, il semble que ce commerce soit davantage l'apanage des spécialistes (magasins de jeux vidéo, grands spécialistes, magasins de jouets). On peut penser que l'importance des hypermarchés provient du fait que les consommateurs choisissent, par convenance, de se procurer les jeux au moment de faire « leur course ». En 2003, une étude du SELL indique que les achats de jeux neufs sont concentrés dans les circuits des

[1443] Sarron (Catherine, sous la direction de), « *Jeux vidéo* », Centre français du commerce extérieur, direction des industries et services, Les éditions du CFCE, mai 1994, 77 p. ; p. 47.

hypermarchés et des magasins spécialisés[1444]. Apparemment, les spécialistes sont leaders en ce qui concerne les jeux sur consoles, tandis que les hypermarchés le sont pour les jeux sur ordinateur. Le syndicat note que les hypermarchés sont fréquentés pour des critères de prix, de proximité et la possibilité de regrouper les achats. Les spécialistes sont préférés pour l'assortiment de produits ludiques qu'ils proposent, mais aussi pour leurs conseils.

Remarquons que cette situation est analogue à celle que connaît l'industrie du jouet où la consommation s'effectue principalement dans ces deux types d'enseigne, même si les trajectoires apparaissent comme un inverse. Ainsi, jusqu'en 1989, il y a une domination des grandes surfaces alimentaires qui représentent la moitié des ventes du secteur, notamment parce qu'elles offrent des prix cassés[1445]. Ensuite, l'apparition de spécialistes vient modifier les circuits de distributions et réduit les effets de la saisonnalité des ventes.

En outre, comme nous l'avons indiqué dans le précèdent paragraphe, au début des années 2000, le commerce sur Internet émerge, et il connaît une certaine dynamique. Les internautes français sont, par exemple, les premiers parmi les Européens à fréquenter les sites de commerces liés aux jeux vidéo[1446]. Plus globalement, le développement des achats en ligne des produits « vidéoludiques » fait partie d'un mouvement général touchant la société dans son ensemble, et voyant la progression et la démocratisation du commerce via Internet[1447]. Toutefois, malgré

[1444] « Etude sur les joueurs de 15 ans et plus » dans *AFJV.com*, 26 décembre 2006, http://www.afjv.com/press0402/040211_sell.htm

[1445] Foucher (Marie-Claire), Prudhommeaux (Marie-Jeanne), « *L'industrie des jeux et jouets* » dans *Le 4 pages des statistiques industrielles*, Sessi, Ministère de l'Industrie, direction générale des stratégies industrielles, n° 56, décembre 1995, p. 3 col. 3.

[1446] En 2002, les sites commerciaux de jeux comptabilisent 1 189 000 de visiteurs uniques. Les Français sont les premiers à les visiter, avec un taux de couverture de 10,90%. « Le jeu vidéo et l'Internet » dans *AFJV.com*, 05 mai 2003, http://www.afjv.com/press0305/030505_netvalue.htm

[1447] Le commerce en ligne connaît une croissance soutenue depuis 2001. En 2003, selon une étude de l'association pour le commerce et les services en ligne, auprès d'une vingtaine d'acteurs du secteur, le chiffre d'affaire de ce type de commerce progresse de 56% par rapport à 2002. En ce qui concerne les acheteurs, 36% des internautes ont effectué des achats en lignes. Sur les derniers mois de l'année (durant les fêtes), ils ont dépensé 700 millions d'euros, et effectué en moyenne 3,1 commandes. Voir : « L'e-commerce en France poursuit sa démocratisation » dans *AFJV.com*, 19 juin 2004, http://www.afjv.com/press0310/031013_tns_sofres.htm ; « E-commerce : progression de 60% du CA en 2003 » dans *AFJV.com*, 26 décembre 2006, http://www.afjv.com/press0402/040211_acsel.htm ; Hecq (David), « Explosions des ventes online… Quel avenir pour les revendeurs spécialisés ? » dans *Objectifmicro.org*, 18 février 2005, http://www.objectifmicro.org/modules.php?name=News&file=article&sid=567

cet engouement, soulignons que la part des réfractaires à ce mode de consommation demeure encore importante à la fin de notre période d'étude[1448].

Terminons par évoquer un phénomène typiquement japonais, celui des queues devant les magasins lors de la sortie d'un jeu ou d'une console[1449], qui a pu avoir un certain retentissement parmi les joueurs et la presse spécialisée. En France, aucun phénomène de ce genre n'est attesté. Tout d'abord, cela tient selon nous à la taille du marché français, inférieur au marché japonais. Beaucoup moins de personnes achètent des jeux vidéo en France, et les stocks mis en vente sont souvent suffisants pour contenter la demande. Ensuite, c'est une manifestation organisée la plupart du temps par les enseignes pour gérer la vente, et prévenir d'éventuels problèmes[1450].

Les profils des acheteurs

D'après une étude du Ministère de l'Industrie[1451], à propos du marché du jouet en 1993 dont le jeu vidéo sur console fait partie, les acheteurs se repartissent comme suit :

Parents : 50%

Grands-parents : 20%

Enfants : 13%

Autres : 17%

[1448] Selon une étude du CREDOC (Centre de recherche pour l'étude et l'observation des conditions de vie), en juin 2003, 79% des personnes interrogés ne pensent pas effectuer des achats par Internet dans l'année. Le principal problème provient de la sécurité des données, et des paiements. 44% des personnes de plus de 18 ans pensent que la sécurité dans ce domaine n'est pas assurée. Voir : « La diffusion des nouvelles technologies dans la société française » dans *AFJV.com*, 26 décembre 2006, http://www.afjv.com/press0311/031114_art.htm ; Berry (Jean-Baptiste), « Le commerce électronique : une demande en expansion, une offre qui s'adapte » dans *INSEE Première*, n° 1040, septembre 2005, p. 3 col. 3.

[1449] Ce phénomène ne se produit généralement que pour les sorties de jeux vidéo importants et attendus. Bien évidement, chaque commercialisation ne génère pas la constitution de queue. Ajoutons que cette image du jeu vidéo japonais renforce l'idée, auprès de certains joueurs français, que ce pays est une terre du jeu vidéo et que ce loisir y est démocratisé, et surtout accepté par tous.

[1450] Avec ce genre de manifestation, on peut aussi repérer un trait de la société japonaise qui se veut très hiérarchisée et encadrée.

[1451] Foucher (Marie-Claire), Prudhommeaux (Marie-Jeanne), « *L'industrie des jeux et jouets* » dans *Le 4 pages des statistiques industrielles*, Sessi, Ministère de l'Industrie, direction générale des stratégies industrielles, n° 56, décembre 1995, p. 3 col. 3.

Ainsi, les principaux clients des jeux vidéo sont les enfants, les adolescents et les jeunes adultes[1452]. Les parents sont indirectement acheteurs, en raison de l'argent de poche distribué, ainsi que des cadeaux qu'ils peuvent faire (Noël, anniversaire). Il nous semble que cette configuration peut s'appliquer à l'ensemble de la période que nous étudions. Cependant, en lien avec l'augmentation de l'âge des joueurs, on peut émettre l'hypothèse que de plus en plus de jeunes adultes achètent des jeux vidéo.

En outre, nous pensons que lorsqu'ils sont seuls pour faire un achat lié aux jeux vidéo, les parents se conforment, la plupart du temps, aux désirs de leur progéniture, sans trop se poser de questions sur les produits voulus[1453].

Il faut souligner que les vendeurs peuvent être vus comme des spécialistes des jeux vidéo, dont les avis apparaissent comme primordiaux[1454]. C'est essentiellement le cas, auprès du grand public, des personnes qui ne sont pas joueuses, ou de celles qui veulent s'y mettre[1455].

Le coût des jeux vidéo

Le coût des jeux vidéo est une donnée importante dans la décision d'achat[1456], mais aussi une question qui fait souvent débat auprès des joueurs. Lorsqu'on évoque ce sujet, il faut faire deux distinctions : entre le matériel et le logiciel, puis

[1452] Pour plus d'informations sur les joueurs et la composition des classes d'âge, voir p. 403.
[1453] Notamment celle de savoir si les jeux sont adaptés ou non à l'âge de l'enfant. Ce genre de questions ne se posant pratiquement jamais lorsqu'il s'agit d'adolescents. La première préoccupation des parents est de connaître la disponibilité, dans le magasin, de la console ou des jeux désirés. Leur but est avant tout de faire plaisir, ils se contentent de suivre les indications de leurs enfants, pour ne pas les décevoir. Leur manque d'initiative provient également du fait que les jeux vidéo sont un domaine qu'ils ne maîtrisent pas. Il y a donc une peur de mal faire, et de se tromper.
[1454] En raison de l'absence de critiques ou de classement fiable. Précisons aussi que dans les boutiques spécialisées (plus particulièrement chez les indépendants), lorsqu'un conseil est demandé par un joueur, la discussion engagée s'apparente souvent à celle entre deux spécialistes. Le rapport de force est, en général, égal entre les deux parties, et il n'est donc pas toujours en défaveur du client (qui ne saurait pas) face au vendeur (apparaissant comme un expert). Parfois, les joueurs vont même jusqu'à outrepasser les avertissements des vendeurs, qui leur indiquent que tels ou tels jeux sont mauvais ou trop courts. Ministère de la culture et de la communication, « *La création de jeux vidéo en France en 2001* » dans *Bulletin du département des études et de la prospective*, n° 139, juillet 2002, p. 3 col. 2.
[1455] Pourtant, dans certains cas, les vendeurs du rayon jeux vidéo ne connaissent pas le secteur, et ils ne sont pas plus experts que leurs clients.
[1456] En 1993, deux sondages (l'un réalisé par l'hypermarché Carrefour, l'autre par le magazine *Génération 4*) montrent que le prix des jeux est le premier critère pouvant freiner la décision d'achat des consommateurs. Respectivement, il est cité par 72% des sondés pour le premier, et par 93% pour le second. Sarron (Catherine, sous la direction de), « *Jeux vidéo* », Centre français du commerce extérieur, direction des industries et services, Les éditions du CFCE, mai 1994, 77 p. ; p. 46.

entre les ordinateurs et les consoles. En ce qui concerne le matériel, quelle que soit sa nature (ordinateur ou console), le prix de départ d'un nouveau système lancé sur le marché est relativement élevé.

Le prix des jeux vidéo sur ordinateur

Tableau 2.13: Exemple de prix des ordinateurs de génération 8 bits et 16 bits

	Version 1	**Version 2**
Ordinateur 8 bits		
Oric 1	1495 francs (228 euros) en version 16ko	2100 francs (320 euros) pour la version 48ko
ZX81	670 francs (102 euros)	
Commodore 64	5500 francs (838 euros)	
Amstrad CPC 6128	4490 francs (684 euros) avec un moniteur monochrome	5990 francs (913 euros) avec un moniteur couleur
Ordinateur 16 bits		
Atari ST	10 000 francs (1524 euros) avec un écran monochrome	12 000 francs (1829 euros) avec un écran couleur
Amiga 500	4725 francs (720 euros) sans moniteur	7950 francs (1212 euros) avec un moniteur couleur

Nous pouvons voir d'après le tableau ci-dessus que le coût des ordinateurs est variable, et qu'il est lié à leur configuration technique, mais aussi à leur caractère pluridisciplinaire. D'une manière générale, l'ordinateur est une machine chère par rapport aux consoles. Cependant, les prix des jeux sur ordinateur sont, dans l'ensemble, moins élevés. Durant la période « 8 bits », les logiciels ludiques sont, pour la plupart, compris entre 100 francs (15 euros) et 200 francs (30 euros)[1457]. Toutefois, ils peuvent être plus élevés lorsqu'ils sont stockés sur cartouche et disquette[1458]. La période « 16 bits » (*Atari ST* et *Amiga 500*) voit se généraliser des prix légèrement supérieurs, puisque nous constatons une fourchette allant de 200 francs (30 euros) à 300 francs (46 euros)[1459]. Les prix sont équivalents sur *PC*, même si quelques titres peuvent atteindre, au début des années 1990, des valeurs

[1457] Nos observations sont effectuées à partir d'une publicité pour le magasin Micromania. « Publicité Micromania » dans *Tilt*, n° 17, décembre 1994, p. 28.
[1458] Par exemple, les jeux pour les ordinateurs *Atari 600* et *800XL* sont à 350 francs (53 euros), tandis que certains titres (sur disquette ou cartouche apparemment) pour le *Commodore 64* sont vendus autour de 300 francs (46 euros) et 350 francs (53 euros). Parmi les exemples de prix extrêmement prohibitifs, citons *Microbe*, un logiciel ludique pour l'ordinateur *Apple II*, commercialisé sur disquette en 1983, au prix de 645 francs (98 euros). Voir : *Ibid.* col. 2 et 3. ; « Test de 10 disquettes » dans *Tilt*, n° 8, novembre/décembre 1983, p. 84 col. 2.
[1459] Cependant, quelques nouveautés, notamment sur *Amiga 500* ont un prix supérieur à 300 francs (46 euros). « Publicité Micromania » dans *Tilt*, n°52, mars 1988, p. 29.

allant de 350 francs (53 euros) à 400 francs (61 euros)[1460]. En 2003, un jeu sur *PC* et sur support DVD vaut environ 50 euros[1461].

Le prix des jeux vidéo sur console

Tableau 2.14: Prix des consoles et de leurs jeux au moment de leur sortie en France

	Consoles	**jeux**
Consoles américaines		
Atari VCS	1500 francs (229 euros)	entre 150 francs (23 euros) et 400 francs (61 euros)
Intellivision	2000 francs (305 euros)	entre 200 francs (30 euros) et 300 francs (46 euros)
Colecovision	1800 francs (274 euros)	entre 250 francs (38 euros) et 400 francs (61 euros)
Consoles 8 bits		
Nintendo NES	1190 francs (181 euros)	Entre de 240 francs (36 euros) et 400 francs (61 euros)
Sega Master System	990 francs (151 euros)	219 francs (33 euros) pour les cartouches dites d'un méga et 269 francs (41 euros) pour celles de deux mégas
Consoles 16 bits		
Sega Megadrive	1890 francs (288 euros)	350 francs (53 euros)
Super Nintendo	1290 francs (197 euros)	450 francs (69 euros)
Consoles 32/64 bits		
Sony Playstation	2099 francs (320 euros)	350 francs (53 euros)
Sega Saturn	3390 francs (517 euros)	400 francs (61 euros)
Nintendo 64	990 francs (150 euros)	entre 399 francs (61 euros) pour les jeux Nintendo et 549 francs (84 euros) pour les jeux des éditeurs tiers
Consoles 128 bits		
Sega Dreamcast	1690 francs (258 euros)	entre 350 (53 euros) et 380 francs (58 euros)
Sony Playstation 2	2990 francs (455 euros)	399 francs (61 euros)
Nintendo Gamecube	249 euros (1633 francs)	60 euros
Microsoft Xbox	479 euros (3142 francs)	70 euros

Tableau 2.15: Prix des consoles portables et de leurs jeux lors de leur sortie en France

[1460] « Publicité Micromania » dans *Tilt*, n°73, décembre 1989, p. 45 col. 2.
[1461] Rahan, « Les jeux *PC* du mois » dans *Joypad*, n° 131, juin 2003, p. 138.

	Système portable	jeux
Jeux électroniques		
1er prix	180 francs (27 euros)	
Nintendo Game and Watch	295 francs (45 euros) pour un jeu simple écran 350 francs (53 euros) pour un jeu double écran.	
Consoles portables		
Nintendo Game Boy	590 francs (90 euros)	moins de 200 francs (30 euros)
Atari Lynx	1490 francs (227 euros)	entre 190 francs (29 euros) et 370 francs (56 euros).
Atari Lynx 2	790 francs (120 euros)	
Sega Game Gear	995 francs (152 euros)	entre 215 francs (33 euros) et 329 francs (50 euros).
Nec PC Engine GT	2490 francs (380 euros)	Fonctionne avec les jeux de la console de salon
Nintendo Game Boy Advance	799 francs (122 euros)	entre 299 Francs (45 euros) et 379 Francs (58 euros)
Nintendo Game Boy Advance SP	139 euros	

Pour leur part, les consoles sont vendues, durant notre période d'étude, dans une fourchette comprise entre 1000 francs (152 euros) et 3000 francs (305 euros). On peut noter que les consoles portables de Nintendo, qui apparaissent comme les principales machines portatives de jeux vidéo durant la période étudiée, sont légèrement moins onéreuses qu'une console de salon. Il en est de même pour leurs jeux. Toutefois, au fur et à mesure des années d'exploitation commerciale, les prix ont tendance à baisser (parfois fortement), à la faveur des politiques des constructeurs, et des économies d'échelles[1462]. Il faut noter que les premiers acheteurs d'un nouveau système de jeu sont majoritairement les joueurs fanatiques[1463].

En ce qui concerne les jeux, leur coût semble stable durant la période étudiée, surtout à partir de la génération 16 bits, avec une fourchette allant de 350 à 450 francs (de 53 euros à 69 euros). Dans ce cas aussi, il peut y avoir quelques variations liées aux années d'existence du produit sur le marché. Par exemple, à l'été

[1462] Par exemple un ordinateur comme l'*Atari ST*, commercialisé en 1985 pour un peu moins de 10 000 francs (1524 euros) avec un écran monochrome et au alentour de 12 000 francs (1829 euros) avec un écran couleur, se retrouve en septembre 1987 à 2990 francs/456 euros sans moniteur, à 4680 francs (713 euros) avec le moniteur monochrome et à 5480 francs (835 euros) avec l'écran couleur. De même, une console comme la *Playstation* qui vaut 2099 francs (environ 320 euros) en septembre 1995, coûte en mars 1999, 790 francs (120 euros). Voir : Desmedt (Patrice), « *Banc d'essai* : *Atari 520 ST* » dans *Tilt*, n° 24, septembre 1985, p. 80 col. 2. ; « *Tam tam soft* : Atari baisse ses prix » dans *Tilt*, n° 45, septembre 1987, p. 133 col. 1. ; La rédaction, *« a new wave of technology* » dans *Joypad*, n° 44, juillet/août 1995, p. 18 col. 3. ; « Publicité Espace 3 games » dans *Joypad*, n°84, mars 1999, p. 15 col. 6.

[1463] Une grande partie du public se laisse séduire soit au moment d'occasions particulières (fête de fin d'année, anniversaire), soit à la faveur d'une baisse de prix (lorsque l'appareil ludique a quelque temps d'existence sur le marché) ou de la sortie d'un jeu attendu.

1998, les jeux pour les consoles *Playstation* et *Saturn* coûtent (à l'été 1998) entre 200 francs (30 euros) et 370 francs (56 euros)[1464].

Soulignons que les prix dépendent du support de stockage, du type de machine, mais aussi des marques. Il y a également des différences entre les pays. Ainsi, les jeux en France sont généralement plus chers qu'au Japon ou aux Etats-Unis. Principalement, en raison de la taille plus restreinte du marché[1465], et des marges prises par les intermédiaires sur le prix des jeux[1466]. De plus, il faut aussi compter avec l'adaptation des logiciels ludiques pour les différents pays du continent. La plupart des joueurs, durant toute notre période d'étude[1467], et quel que soit le support et la machine, ont tendance à trouver le prix des jeux trop élevé. Au début des années 1990, les journalistes dénoncent même[1468], pour les jeux sur console (notamment ceux de Sega et Nintendo), des prix prohibitifs qui ne se justifient en rien. Il y a également une impression d'augmentation constante des prix, à chaque nouvelle génération de machine.

D'après les prix que nous venons de mentionner, il apparaît que les jeux vidéo sont un loisir onéreux[1469]. Les logiciels ludiques coûtent ainsi plus cher, par exemple, qu'une cassette vidéo, un film sur DVD, ou un disque laser musical. D'autant plus, qu'avec l'évolution technologique des machines, les joueurs changent leur matériel

[1464] D'après nos observations d'une publicité pour le magasin Espace 3 games. « Publicité Espace 3 games » dans *Joypad*, n°77, juillet/août 1998, p. 59.
[1465] Les volumes de ventes sont moins importants, et les coûts de distribution sont donc plus élevés. Ilous (Joëlle), « Pas de panique » dans *Tilt*, n° 7, septembre/octobre 1983, p. 22 col. 3.
[1466] Nous avons déjà évoqué précédemment quelques exemples de marges prises sur le prix des jeux. A la fin de l'année 1994, pour un jeu console sur cartouche, le partage du prix de vente s'établit comme suit : 26% pour la cartouche (fabrication, duplication, redevance), 25% pour le revendeur, 20% pour le distributeur, 18,6% de TVA, 8% pour la production (édition) et 3,4% de droit d'auteur. En mai 2002, pour un ordinateur et une console utilisant des disques optiques (CD, DVD), la répartition moyenne du prix de vente se décompose selon une étude du CLVE en six catégories. La TVA (16,4%), la distribution finale (32,0 % sur ordinateur et 28,5 % sur console), les redevances aux constructeurs de console (18,9 %), la distribution de gros (19,0 % pour les jeux sur ordinateur et 14,0 % pour ceux sur console), l'édition (12,0 % sur ordinateur, 10,0 % sur console), et le développement (20,6 % sur ordinateur et 12,2 % sur console). Voir : Hart (Jonathan), « Argent et jeux vidéo » dans *Joypad*, n° 37, décembre 1994, p. 38 col. 3. ; « Répartition moyenne du prix de vente TTC d'un jeu » dans *AFJV.com*, 16 janvier 2010, http://www.afjv.com/chiffres/030718_chiffres05.htm
[1467] Par exemple, en 1985, un lecteur se plaint, dans le courrier des lecteurs de *Tilt*, des prix devenus selon lui inabordables. « *Cher Tilt* » dans *Tilt*, n° 20, avril 1985, p. 102 col. 2.
[1468] C'est le cas dans un article de *Player One* datant de septembre 1992 et dans l'éditorial de janvier 1993 de *Joypad*. Voir : « Le juste prix » dans *Player One*, n° 23, septembre 1992, p. 10 col. 2 ; AHL, « *Edito* » dans *Joypad*, n° 16, janvier 1993, p. 4 col. 1.
[1469] Rappelons que le SMIC en novembre 1983 est de 3 773,77 francs (575 euros), de 5 886,27 francs (897 euros) en 1993 et de 1 215,11 euros en 2003. De même, le salaire moyen net annuel est de 11 440 euros en 1983, 17 507 euros en 1993 et de 21 444 euros en 2003.

et se reconstituent une ludothèque, plus ou moins fréquemment (tous les cinq ou sept ans environ). Néanmoins, les utilisateurs peuvent ne pas payer le prix fort grâce aux diverses promotions[1470], ou à l'ancienneté d'une plate-forme ludique sur le marché[1471].

Le marché de l'occasion

Le marché de l'occasion est un autre moyen, pour les consommateurs, d'obtenir des jeux à moindre frais. Apparaissant dès le début des années 1980[1472], il est principalement le fait des boutiques spécialisées, qui en tirent, comme nous l'avons déjà indiqué, l'essentiel de leurs revenus[1473]. Ce mode d'achat prend d'ailleurs une grande importance dans les habitudes des consommateurs pour les jeux vidéo, puisqu'en novembre 2001[1474], une étude de l'institut GFK montre que 40% des Français achètent leurs jeux en occasion. Soulignons que si les éditeurs ne sont pas hostiles au marché de l'occasion, en revanche, ils ont de plus en plus le sentiment de rater des ventes (de jeux neufs) à mesure que progresse ce type de consommation[1475].

Le marché de l'occasion ne dispose pas d'argus officiel. Les prix sont variables, et ils dépendent de l'offre et de la demande, et des stocks des magasins. Outre le fait de pouvoir acheter des jeux en occasion, les joueurs disposent aussi de plusieurs

[1470] En octobre 1984, *Tilt* rapporte que les possesseurs de micro-ordinateurs 8 bits peuvent trouver des cassettes de jeux pour moins de 50 francs (7,6 euros). De même, il y a des exemples de jeux dont les prix oscillent entre 70 francs (11 euros) et 80 francs (12 euros). « La guerre des prix » dans *Tilt*, n°16, octobre 1984, p. 12 col. 1.
[1471] En effet, les prix de certains jeux ont tendance à baisser avec les années. En outre, lorsqu'un nouveau système de jeu est sur le point de sortir, ou lorsque deux consoles d'une même marque sont proposées sur le marché, la machine d'ancienne génération voit ses prix baisser (hormis pour les grands jeux les plus attendus). Par exemple, en mai 2000, peu avant la commercialisation de la *Playstation 2*, Sony décide de vendre certains jeux pour la *Playstation* à moins de 300 francs (46 euros). TSR, « Tendance » dans *Joypad*, n°97, mai 2000, p. 3.
[1472] En 1982, une publicité pour le magasin Illel indique que l'enseigne reprend les logiciels et les jeux à 50% du prix d'achat. En outre, elle précise que cela permet d'acheter ensuite un programme neuf, soit d'en prendre un d'occasion à 65% de sa valeur. « Publicité Programmothèque Illel » dans *Tilt*, n° 2, novembre/décembre 1982, p. 13 col. 2.
[1473] En 1996, une enquête du magazine *Joypad* relève que l'occasion représente en moyenne entre 20% et 50% du chiffre d'affaire des boutiques. Benji, « Occasion : payez vos jeux à moitié prix » dans *Joypad*, n°51, mars 1996, p. 26 col. 2.
[1474] Croitoriu (Michaël), Pasamonik (Didier), *Les jeux vidéo expliqués aux parents*, Paris, Editions Marabout, 2002, 160 p. ; p. 119.
[1475] Au Japon, où le marché de l'occasion est bien plus développé qu'en France, à la fin des années 1990, les grands éditeurs de jeux lancent une campagne pour tenter de dissuader les consommateurs de revendre leurs jeux ou d'acheter en occasion. C'est un échec, car les consommateurs japonais ne changent aucunement leurs habitudes. Voir : AHL, « A la découverte de la *Super Nintendo* » dans *Joypad*, n°10, juillet 1992, p. 43 col. 1. ; « *News Japon* : la guerre à l'okaz » dans *Joypad*, n°75, mai 1998, p. 52 col. 2.

systèmes d'échange mis en place par les enseignes pour revendre leurs jeux. Le plus simple est la revente contre des espèces. Ils peuvent également céder des jeux, pour en acheter un autre (le plus souvent neuf), et ne payer que la différence. Autre cas de figure[1476], le joueur vend un logiciel ludique, et donne une certaine somme d'argent (définie par la boutique), pour pouvoir choisir un nouveau jeu parmi ceux proposés en occasion (avec ou sans restrictions)[1477]. Le marché de l'occasion, et les innombrables systèmes d'échange permettent ainsi aux joueurs, de limiter les dépenses, d'obtenir des nouveaux jeux et d'enrichir leur ludothèque.

D'autre part, ils viennent prendre la place et se substituent donc à un système de location, qui contrairement au marché de la vidéo, n'a pas réussi à s'imposer dans le jeu vidéo. Au début des années 1980, plusieurs clubs vidéo vendant des jeux, mettent aussi en place des systèmes de location (similaire aux films sur cassettes VHS)[1478]. Néanmoins, la pratique se perd progressivement. Au début des années 1990, le distributeur français de la console *Neo Geo*[1479], et même Sega[1480], tentent de relancer ce système. Toutefois, ces tentatives sont des échecs, car elles ne sont pas suivies par les revendeurs, et les clubs vidéo.

Le marché de l'importation parallèle

[1476] Notons que les différents systèmes d'échange disparaissent à la fin de notre période d'étude. Seuls les deux premiers exemples que nous avons cités demeurent les principes de revente, dans les magasins.
[1477] Par exemple, le magasin *Shoot Again* propose un système d'échange dans lequel les clients peuvent choisir un jeu dans le stock disponible, en contrepartie de leurs logiciels ludiques et d'une somme d'argent variant selon la marque de la console. Ainsi, pour une jeu *Super Nintendo*, il faut donner 150 francs (23 euros), 100 francs (15 euros) pour un titre *Megadrive*, 80 francs (12 euros) pour un programme *PC Engine*, 75 francs (11 euros) pour un logiciel *Master System* et 50 francs (7,6 euros) pour un jeu *Game Boy*. « *Info* : *Shoot Again* : le bon plan » dans *Joypad*, n° 8, mai 1992, p. 16 col. 2.
[1478] Par exemple, un club vidéo parisien propose les tarifs suivant : pour une soirée, la location d'une console plus un jeu vaut 60 francs (9,1 euros), et 20 francs (3 euros) pour un jeu seul. Pour une semaine, le tarif passe à 85 francs (13 euros) et à 25 francs (3,8 euros). Enfin, pour une semaine, le prix est de 125 francs (19 euros) et de 50 francs (7,6 euros). « Publicité Vidéo club Convention » dans *Tilt*, n° 7, septembre/octobre 1983, p. 21 col. 1.
[1479] L'opération est annoncée en décembre 1990. La console est proposée pour 300 francs (46 euros) par semaine avec un jeu, alors que la location d'un jeu revient, pour cette même période de temps à 100 francs (15 euros). Cependant, dès l'été 1991, il est révélé que c'est un échec. Voir : « *Neo Geo* de SNK » dans *Player One*, n° 4, décembre 1990, p. 15 col. 2. ; « SNK *Neo Geo*, borne d'arcade ou console ? » dans *Player One*, n° 11, juillet/août 1991, p. 70 col. 1.
[1480] Sega s'adresse, non pas aux consommateurs, mais aux professionnels. La marque tente de soumettre aux clubs vidéo des licences de jeux *Megadrive* pour un prix de 5000 francs/762 euros (hors taxes). Benji, « Occasion : payez vos jeux à moitié prix » dans *Joypad*, n°51, mars 1996, p. 26 col. 3.

Enfin, terminons par évoquer l'importation parallèle[1481] qui concerne surtout les consoles de jeux. Il s'agit d'un mouvement initié par les boutiques spécialisées indépendantes, qui consiste à vendre des jeux et des systèmes ludiques, dans des versions autres que françaises, principalement américaines et japonaises[1482]. Leur distribution se déroule hors du cadre défini par les différentes marques (distribution officielle). Les boutiques se fournissent auprès de grossistes aussi bien européens, (anglais, allemand) qu'américains ou asiatiques (Japon, Hong Kong). Cette pratique apparaît dès le début des années 1980[1483], avec des boutiques qui importent des jeux américains pour les consoles *VCS*, *Colecovision* ou *Intellivision*. De même, en 1985, nombreuses sont celles qui vendent des jeux pour micro-ordinateur provenant d'Angleterre[1484]. Cependant, l'importation parallèle connaît un engouement auprès des joueurs fanatiques, et se développe à partir des années 1990, avec les consoles 16 bits[1485].

En ce qui concerne les tarifs, ils sont généralement, et sauf exception[1486], plus élevés que ceux des versions françaises. Précisons que les versions américaines coûtent moins cher que les versions japonaises. Par exemple, la *Super Nintendo* japonaise coûte en avril 1992[1487], 2490 francs (379 euros) avec un jeu, tandis que la version française est à 1290 francs (197 euros). Les jeux sont compris dans une fourchette de prix allant, en moyenne de 500 francs (76 euros) à 700 francs (107

[1481] Les joueurs parlent plus volontiers « d'import », et de « jeux d'import ».
[1482] Notons que pour contourner les protections des consoles de jeux, les enseignes proposent des accessoires ou des services permettant de lire ce type de logiciels ludiques sur les machines « françaises ». Pour les consoles à cartouche, il s'agit le plus souvent d'un adaptateur qui se place sur le port cartouche de l'appareil. Pour le faire fonctionner, le joueur doit installer à la fois la cartouche de jeu japonaise ou américaine, mais aussi un jeu en version française. Au milieu des années 1990, se développe la pose de puces, au sein même de la console, dont le but est de faire fonctionner le jeu directement, sans passer par un adaptateur. Ce dernier principe est le même pour les consoles à disque optique. Ce type de composant se complexifie au fur et à mesure, proposant d'autres options que la lecture de jeux étrangers ou celle de disque gravé. Par exemple, sur la console *Xbox*, certaines puces autorisent, en plus, la lecture de fichiers vidéo et audio (fichiers récupérés sur Internet, puis gravés sur un DVD).
[1483] Voir : « *Tilt journal* : Shopping » dans *Tilt*, n° 8, novembre/décembre 1983, p. 18 col. 1. ; « *Tilt journal* : Whaooo ! Electron en folie » dans *Tilt*, n° 10, mars 1984, p. 11 col. 3.
[1484] Du fait des prix bas pratiqués. « *Tilt journal* : Sicob, l'année de tous les dangers » dans *Tilt*, n° 25, octobre 1985, p. 22 col. 2.
[1485] Notamment en raison de l'enthousiasme des joueurs pour les jeux de rôle et autres jeux d'aventure, qui sont des genres peu présents dans les ludothèques officielles de ces consoles.
[1486] Nous pensons notamment au prix de la *Megadrive* japonaise et de ses jeux, qui au moment de la commercialisation de la *Megadrive* officielle, sont moins cher. Néanmoins, cette situation ne dure pas, notamment en ce qui concerne les jeux.
[1487] « Publicité *Shoot Again* » dans *Joypad*, n° 7, avril 1992, p. 33.

euros)[1488]. De même, des consoles comme la *Playstation*, la *Dreamcast* ou la *Playstation 2* coûtent, lors de leur sortie japonaise, entre 4000 francs (610 euros) et 5000 francs (762 euros)[1489]. Les jeux sur les différents supports optiques valent, pour leur part, entre 60 euros et 90 euros en moyenne.

A la manière des prix des titres officiels, nous pouvons constater que la valeur des versions d'importation ne connaît pas de grandes fluctuations. Il est possible de jouer pour moins cher en raison, non seulement du marché de l'occasion, mais aussi parce que les tarifs des jeux (mais pas tous) baissent avec le temps. De même, les magasins sur Internet permettent aux joueurs d'obtenir des jeux japonais ou américains, à des prix beaucoup plus intéressants que dans les boutiques traditionnelles[1490].

Le développement de l'importation parallèle, et son succès auprès de certains joueurs, peuvent s'expliquer essentiellement par le fait que certains titres, et certains genres de jeux, ne connaissent pas de sortie officielle en France. Cela pousse ainsi les utilisateurs frustrés à s'adonner aux jeux américains ou japonais (et ce, même s'ils n'en comprennent pas la langue). Nous pouvons donc dire que ce marché est lié directement à la politique commerciale des filiales françaises (édition de tel ou tel jeu) et de leur gestion du calendrier des sorties (consoles, jeux). Parfois, ils ont recours à l'importation parallèle par élitisme, ou simplement parce qu'ils pensent que les meilleurs jeux sont japonais. La presse spécialisée joue également un rôle, en créant chez leurs lecteurs un certain désir pour ces jeux. En effet, tous les magazines disposent d'une rubrique d'actualités à l'étranger, et réalisent des tests de consoles et de jeux japonais et américains. En outre, les revues sont assez complaisantes avec l'importation parallèle, vantant ses mérites, tout en avertissant les joueurs sur certains points pouvant poser problème[1491]. De même, elles indiquent aux joueurs où

[1488] Pour d'autres consoles, les prix peuvent être légèrement inférieurs. Par exemple, en 1992, les jeux pour la *Megadrive* japonaise sont proposés en moyenne autour de 450 francs (69 euros), avec une fourchette de prix allant de 395 francs (60 euros) à 595 francs (91 euros). « Publicité *Coconut* » dans *Joypad*, n° 4, janvier 1992, p. 17 col. 2.

[1489] Cependant, il faut souligner que ces tarifs ne restent pas à un tel niveau. Globalement, ils vont demeurer supérieurs au prix du modèle français, tout en étant assez proche. Par exemple, en 1995, lorsque la *Playstation* sort sur le territoire français pour un prix de 2099 francs (320 euros), la version japonaise se négocie, dans certains magasins parisiens, au alentour de 2500 francs (381 euros).

[1490] Parfois, les jeux coûtent moins cher que leur version officielle.

[1491] Parmi les avantages de l'importation parallèle, on peut citer les gains apportés par des jeux fonctionnant en 60hz (animation des jeux qui n'est pas ralentie, image plein écran), un choix de titres plus large et des

trouver les jeux et les consoles en importation, à travers les actualités ou les tests[1492], mais aussi par l'intermédiaire des diverses publicités pour les enseignes spécialisées présentes dans leurs pages.

Du côté des professionnels, l'importation parallèle est simplement tolérée, car globalement, elle ne touche qu'une population restreinte de joueurs. Néanmoins, ils tentent d'enrayer le phénomène, tout d'abord en avertissants les joueurs, à travers la presse, de ses inconvenants. En outre, ils tentent de le discréditer, en l'assimilant à de la contrefaçon[1493]. Ensuite, les filiales françaises des constructeurs peuvent s'opposer à l'importation des modèles américains et japonais, en saisissant les douanes, afin d'empêcher les stocks de circuler sur le territoire français[1494]. Enfin, elles sont susceptibles d'engager des poursuites judiciaires contre les revendeurs[1495].

Néanmoins, ces actions donnent peu de résultats, et elles ne dissuadent ni les professionnels de la vente, ni les joueurs, de se livrer à l'importation parallèle. Sur la période étudiée, cette pratique se développe même, touchant toutes les générations de consoles, depuis les années 1990[1496]. En France, elle fait partie intégrante du marché des jeux vidéo, et elle est également un élément du folklore qui représente la boutique spécialisée indépendante.

Conclusion : un commerce grand public

---

commercialisations plus rapides. Du côté des inconvénients, les journalistes, mais aussi les constructeurs, rappellent les prix plus élevés, l'incompatibilité des jeux sur un modèle français, la garantie et le service après-vente qui ne sont pas pris en charge par les marques, et même l'incompatibilité (toute relative) avec quelques télévisions. Banana San, « Consoles 16 bits, les super stars » dans *Tilt*, n° 97 (HS), décembre 1991, p. 136 col. 1.

[1492] En citant le nom de boutiques, soit à titre informatif, soit pour remercier l'une d'entre elles d'un prêt de matériels ou de jeux.

[1493] Il s'agit de présenter les consoles d'importation comme des produits non conformes aux exigences des constructeurs, voire des produits qui ne sont pas affiliés, ou développés par la marque. « Communiqué : attention on ne joue pas avec la *Megadrive* » dans *Joystick*, n° 6, juin 1990, p. 11.

[1494] Nintendo a recourt à cette solution au moment de la sortie de la *Nintendo 64* au Japon en 1996. Néanmoins cette méthode n'est pas totalement fiable, car certaines boutiques bravent les interdictions, et réussissent à se procurer l'objet interdit. « Comment se procurer une *N64* » dans *Joypad*, n° 56, septembre 1996, p. 14.

[1495] Voir : « *Tam tam soft* : un petit procès ? » dans *Tilt*, n° 80, juillet/août 1990, p. 133 col. 3 ; Clarysse (Pascal), « Régionalisation des jeux et consoles » dans *Jeuxvideo.com*, 3 juin 2004, p. 2. http://www.jeuxvideo.com/dossiers/00004284/regionalisation-des-jeux-et-consoles-puces-adaptateurs-universels-et-import-parallele-002.htm

[1496] Notons que l'arrivée d'Internet facilite grandement l'accès à l'importation parallèle.

Le commerce des jeux vidéo ne se distingue pas de celui d'autres produits culturels comme les disques, ou celui des jouets. Les grands centres de consommation que sont les hypermarchés apparaissent comme les principaux lieux d'achat de ces nouveaux jeux, ce qui peut montrer leurs caractères grand public. Les jeux sont achetés au moment « des courses » comme n'importe quel autre produit de consommations. En outre, les spécialistes tiennent aussi une place importante dans ce commerce.

Les principaux acheteurs des jeux vidéo sont les parents, et d'une manière générale les adultes, soit directement soit indirectement via l'argent de poche qu'ils donnent à leurs enfants. On peut ainsi voir un lien entre ce profil et le fait que les jeux soient principalement achetés dans les hypermarchés. Cette tendance est identique à celle du marché du jouet. Néanmoins, à la faveur du vieillissement des profils des joueurs, on peut penser que l'achat de jeux vidéo se rapproche aussi, à la fin de notre période d'étude, de la consommation de film sur support DVD ou de musique. Le jeune adulte va s'acheter, pour sa propre consommation, des jeux vidéo comme il le ferait pour les produits précédemment cités.

Le jeu vidéo apparaît comme un loisir onéreux de prime abord. Cependant, il faut relativiser car les prix sont sujets à d'importantes variations. Ces derniers sont liés aux économies d'échelles réalisées par les constructeurs, aux avancées technologiques qui permettent de faire baisser les coûts, et aux années de présences sur le marché. De cette manière, acheter des produits ludiques quelques mois (ou années) après leur mise sur le marché, revient généralement moins cher que s'il avait été acquis au moment de leur sortie officielle. En outre, le marché de l'occasion est également un moyen d'obtenir un jeu ou une console à moindre frais. Pour ce qui est des machines, la console est le système de jeu le moins cher en comparaison d'un ordinateur.

Enfin, la fin de notre période d'étude se caractérise une fois de plus par la montée d'Internet. Si on met de côté les aspects du commerce dématérialisé (téléchargement de jeux, achat de contenus additionnels), on remarque que les joueurs se dirigent de plus en plus vers les boutiques en ligne. Ce mode d'achat va principalement être effectif avec les nouvelles générations de console. Leur

motivation première se cristallise sur le prix des jeux, et donc sur la possibilité d'en acquérir pour moins cher que dans une boutique traditionnel. Cependant, il faut souligner que chez les joueurs passionnés, les sites spécialisés étrangers sont préférés aux enseignes en ligne hexagonales (toujours pour une question de prix). On peut donc noter que les consommateurs profitent de la « mondialisation », pour faire jouer la concurrence et obtenir les meilleurs prix.

Cependant, certains professionnels réagissent pour enrayer ce mouvement. Par exemple, Sony interdit (via la menace judiciaire) à un site asiatique réputé, de vendre ses nouvelles consoles (*PSP* et *PS3*) aux européens, au moment de leur sortie officielles[1497]. De même, les éditeurs de jeux tentent d'endiguer le recours au marché gris, et à l'achat des jeux sur des sites anglais, en sortant deux éditions de leurs logiciels. Une pour le marché anglais, uniquement en anglais, et l'autre pour le reste de l'Europe, avec les différentes langues (doublage et textes).

Globalement, Internet va avoir un impact sur le prix des jeux, en permettant notamment par l'intermédiaire du marché de l'occasion, de faire perdre rapidement de la valeur aux produits ludiques. D'ailleurs, cette concurrence oblige les magasins spécialisés et indépendants à rivaliser pour ne pas sombrer. Ainsi, la prochaine génération de consoles se caractérise, au niveau du commerce, par une facilité accrue de consommer des jeux vidéo, et ce pour toujours moins chers[1498].

[1497] C'est une réaction pour protéger le marché local et assurer un bénéfice à ses différentes filières.
[1498] Par exemple, il est possible de se procurer un jeu, soit sur Internet soit en passant par le marché de l'occasion, pour des sommes comprises entre 20 euros et 45 euros, au lieu des prix officiels des nouveautés fixés à 70 euros).

Chapitre 3 : Le joueur et son environnement

IV) Les joueurs

1) Les différents types de joueurs

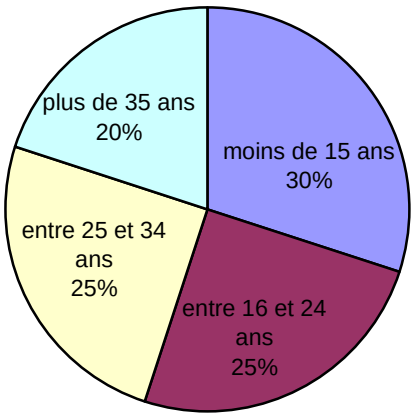
a) Les joueurs de jeux vidéo

Les jeux vidéo font partie des loisirs issus des nouvelles technologies, qui prennent durant la période que nous étudions, de plus en plus d'importance et de place dans les divertissements des français. Suivant le développement de ce type d'amusements et de cette industrie du jeu informatisé, la pratique (du jeu vidéo) se répand dans la population, touchant un nombre croissant de personnes.

Age des joueurs

En ce qui concerne l'âge global des joueurs, au début des années 1980, il semble que deux tranches d'âges soient essentiellement concernées par les jeux vidéo. Ainsi, d'après le « *Guide Marabout des jeux électroniques* » d'Olivier Chazoule[1499], il y a d'un côté les enfants et les adolescents (les 7/18 ans), puis de l'autre les parents (les 25/50 ans[1500]) qui sont impliqués principalement en leur qualité d'acheteurs.

Graphique 3.1: Age des joueurs au début de l'année 1983[1501] :



[1499] Chazoule (Olivier), *Le guide Marabout des jeux électroniques*, Marabout, 1983, 188 p. ; p. 109 et 110.
[1500] Toutefois, le cœur des acheteurs se trouve être dans la tranche 25/35 ans. *Ibid.* p. 110.
[1501] Chazoule (Olivier), « Voyage au bout de l'envie » dans *Tilt*, n° 4, mars/avril 1983, p. 19 col. 3.

Le graphique 3.1 nous donne une vision un peu plus approfondie de la composition des joueurs de cette période. Nous constatons notamment que les moins de 25 ans sont majoritaires dans cette pratique (55% contre 45% pour les plus de 25 ans). Ces données qui couvrent une large part de la population semblent montrer, qu'au début des années 1980, toute la société est alors touchée par ce loisir. Cela parait plausible dans la mesure où le jeu vidéo connaît, durant cette période, un effet de mode important[1502].

Toutefois, suite à la crise du marché américain des consoles à la fin de l'année 1983, il est certain que les classes les plus âgés délaissent les jeux vidéo, tandis que les jeunes continuent d'en apprécier la pratique. Selon un sondage de la Fnac[1503], sur un échantillon de 3300 clients (et donc principalement des acheteurs de jeux vidéo), possédant un ordinateur depuis la fin 1985, 54% ont moins de 35 ans. En 1997[1504], 61% des 8/19 ans déclarent jouer aux jeux vidéo, ainsi que 24% des français âgés de 15 ans et plus[1505], qui eux indiquent avoir pratiqué les jeux vidéo, au cours de cette même année[1506]. En 2001, la moyenne d'âge des joueurs français est de 20 ans[1507]. Globalement, à la fin de notre période d'étude, la pratique des jeux vidéo concerne 32% des Français (aussi bien sur console, ordinateur, que téléphone portable)[1508], et surtout 68% des 15-25 ans.

La première tendance qui se dégage de ces données montre une prédominance des jeunes dans cette pratique. En outre, la présence d'enfants au sein d'un

---

[1502] Voir p. 621.
[1503] « *Tilt journal* : la Fnac enquête » dans *Tilt*, n° 38, janvier 1987, p. 87 col. 3.
[1504] Ministère de la culture et de la communication, « *La création de jeux vidéo en France en 2001* » dans *Bulletin du département des études et de la prospective*, n° 139, juillet 2002, p. 2 col. 2.
[1505] Cette donnée est en progression si on se base sur une étude réalisée par le SELL en 2003. Ainsi, à l'autonome 2003, le nombre de joueurs représente 26% de l'ensemble des individus âgé de 15 ans et plus (en progression de 20% par rapport à 2002 où ils étaient 22%). SELL, « *Etude sur les joueurs de 15 ans et plus* » dans *AFJV.com*, 26 décembre 2006, http://www.afjv.com/press0402/040211_sell.htm
[1506] Donnat (Olivier), *Les pratiques culturelles des Français à l'ère numérique : enquête 2008*, La découverte, Ministère de la culture et de la communication, 2009, 282 p. ; p. 38.
[1507] Ministère de la culture et de la communication, « *La création de jeux vidéo en France en 2001* » dans *Bulletin du département des études et de la prospective*, n° 139, juillet 2002, p. 2 col. 2.
[1508] Attirons l'attention sur le fait que ce pourcentage est peut-être surévalué en raison des critères de réalisation de l'étude, et principalement par la conjonction entre une définition large des jeux vidéo, et la prise en compte du plus grand nombre possible d'utilisateurs d'ordinateur et de téléphone portable. Notamment, il s'agit d'inclure dans le groupe des joueurs, des individus qui possèdent un ordinateur ou un téléphone portable, mais dont la pratique des jeux vidéo est rarissime (par exemple, le fait d'indiquer avoir essayer une ou deux fois un jeu présents sur ces machines suffit à inclure un individu parmi les joueurs). « *Les Français, les loisirs et les nouvelles technologies* » dans *AFJV.com*, 19 juin 2004, http://www.afjv.com/press0306/030626_ipsos.htm

ménage, incite fortement les parents à se mettre à jouer[1509]. La jeunesse est donc une catégorie de population qui adopte rapidement ce nouveau loisir. Cependant, cela n'a rien de surprenant, dans la mesure où, comme le relève l'étude de synthèse sur les pratiques culturelles des français (de 1973 à 2008) les 15-24 ans ont un taux de participation aux pratiques culturelles supérieurs aux autres catégories[1510]. Surtout, la jeunesse est une période d'expérimentation, mais aussi de curiosité plus forte pour les évolutions technologiques et artistiques.

La seconde tendance, c'est le vieillissement de la population des joueurs. D'un loisir qui ne touche presque les adolescents, le jeu vidéo devient au fur et à mesure une pratique aussi des jeunes adultes. L'enquête 2008 des pratiques culturelles des français le relève, en indiquant que la pratique du jeu vidéo progresse le plus fortement chez les 20/24 ans et les 25/34 ans[1511]. Ainsi, de la fin de notre période d'étude à la fin des années 2000, les jeux vidéo passent d'une pratique des moins de 25 ans à celle des moins de 35 ans. Cette progression s'explique essentiellement par un effet de génération. Les adolescents sont toujours plus nombreux à jouer, mais en plus lorsqu'ils parviennent à l'âge adulte, ils conservent leur habitude de jeu. C'est une tendance générale de nos sociétés que l'on peut lier au mouvement de juvénilisation des pratiques culturelles[1512]. Elle est à la fois provoquée par l'allongement de la durée des études, aux difficultés à s'insérer dans la vie active, au développement du travail des femmes, mais aussi aux politiques commerciales des industriels des loisirs.

Un loisir essentiellement masculin

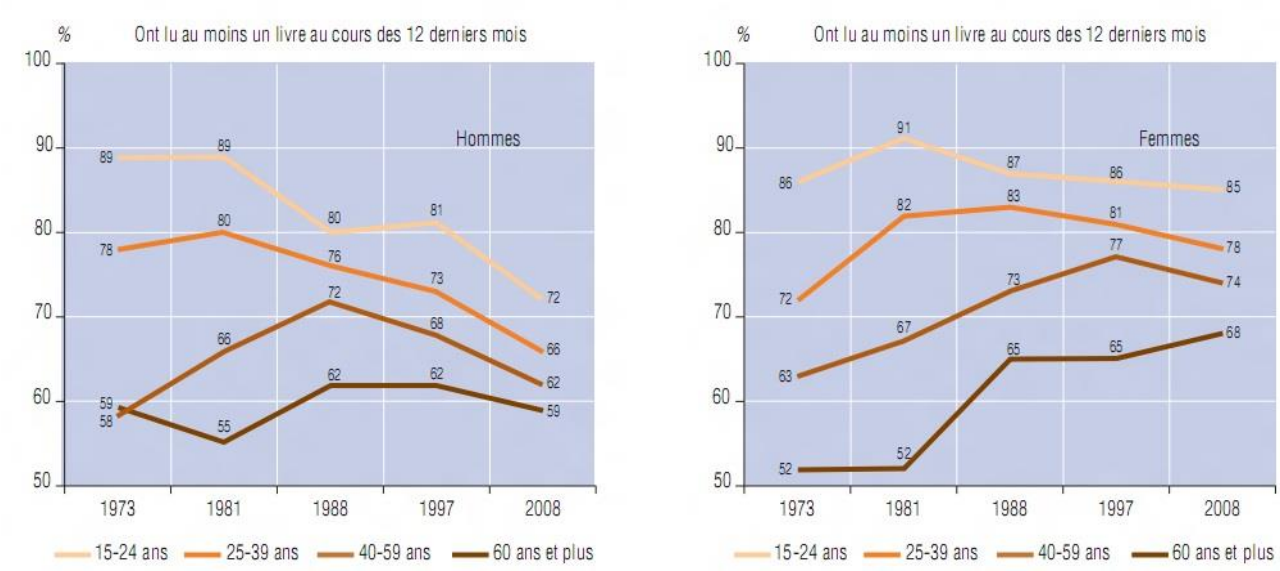
L'autre grande inclination, c'est le caractère masculin de ce loisir. Les femmes sont minoritaires dans la pratique des jeux vidéo[1513]. Par exemple, en 1997, parmi

[1509] En 2003, 45% des parents ayant un enfant de moins de 15 ans déclarent jouer contre 25% pour ceux qui n'ont pas d'enfants. *Ibid.*
[1510] Donnat (Olivier), « *Pratiques culturelles, 1973-2008 : dynamiques générationnelles et pesanteurs sociales* », Ministère de la culture et de la communication, juillet 2011, 36 p. ; p. 31 col. 2. http://www.pratiquesculturelles.culture.gouv.fr/doc/evolution73-08/CE-2011-7.pdf
[1511] Donnat (Olivier), *Les pratiques culturelles des Français à l'ère numérique : enquête 2008*, La découverte, Ministère de la culture et de la communication, 2009, 282 p. ; p. 38.
[1512] Donnat (Olivier), « *Pratiques culturelles, 1973-2008 : dynamiques générationnelles et pesanteurs sociales* », Ministère de la culture et de la communication, juillet 2011, 36 p. ; p. 32 col. 2 et p. 33 col. 1. http://www.pratiquesculturelles.culture.gouv.fr/doc/evolution73-08/CE-2011-7.pdf
[1513] Nous abordons la question des joueuses dans le prochain chapitre. Voir p. 415.

les 8-19 ans qui déclarent jouer, 75% sont des garçons[1514]. En novembre 2001, selon l'institut GFK[1515], la population des joueurs est à 59% de sexe masculin. Cette sur-représentation des hommes peut aussi se remarquer en utilisant des critères comme le taux d'équipement de certaines consoles[1516], ou la composition du lectorat de la presse spécialisée[1517].

Cette tendance se poursuit puisqu'en 2008, Olivier Donnat indique qu'à l'échelle de la population française, les hommes sont deux fois plus nombreux à jouer que les femmes au moins une fois par semaines (25% contre 12%). Sur la population des 15/30 ans, les garçons sont trois fois plus nombreux que les filles à s'adonner aux jeux vidéo (61% contre 22%)[1518].

Graphique 3.2: Lecture de livre selon le sexe et l'âge 1973-2008[1519]



[1514] Ministère de la culture et de la communication, « *La création de jeux vidéo en France en 2001* » dans *Bulletin du département des études et de la prospective*, n° 139, juillet 2002, p. 2 col. 1.
[1515] Croitoriu (Michaël), Pasamonik (Didier), *Les jeux vidéo expliqués aux parents*, Paris, Editions Marabout, 2002, 160 p. ; p. 12.
[1516] Par exemple, la *Dreamcast* de Sega compte 15% de joueuses, à l'été 2000. De même, 5,2% des joueuses détiennent une *PS2*. Voir : « *Made in Europe* : entretien avec Dominique Cor » dans *Joypad*, n° 99, juillet/août 2000, p. 103 col. 1. ; Gollum, « *Business Pad* : joueurs, qui êtes-vous ? » dans *Joypad*, n° 131, juin 2003, p. 72 col. 1.
[1517] En 1985, les lecteurs de *Tilt* sont à 78% des hommes, tandis qu'un journal dédié à la console comme *Joypad*, compte en 2003, 97% d'hommes dans son lectorat (contre 3% de femmes). Voir : « Lecteur, qui es-tu ? » dans *Tilt*, n° 27, décembre 1985, p. 28 col. 1. ; Trazom, « Tendance » dans *Joypad*, n° 127, février 2003, p. 5.
[1518] Donnat (Olivier), *Les pratiques culturelles des Français à l'ère numérique : enquête 2008*, La découverte, Ministère de la culture et de la communication, 2009, 282 p. ; p. 39.
[1519] Donnat (Olivier), « *Pratiques culturelles, 1973-2008 : dynamiques générationnelles et pesanteurs sociales* », Ministère de la culture et de la communication, juillet 2011, 36 p. ; p. 32 col. 2 et p. 11.
http://www.pratiquesculturelles.culture.gouv.fr/doc/evolution73-08/CE-2011-7.pdf

Enfin, il est intéressant de noter la corrélation entre la progression des jeux vidéo et la baisse de la lecture, dans cette population jeune et masculine. En effet, comme nous pouvons le constater dans le graphique 3.2, la baisse est sensible chez les adolescents et les jeunes hommes, et elle est surtout continue entre 1973 et 2008. On peut ainsi se demander si cela ne montre pas l'adoption par ce public, et de manière avant-gardiste, de nouvelles habitudes culturelles et de loisirs, tels que ceux proposés par les écrans, puis par le numérique. Le jeu vidéo peut être vu comme une activité qui remplace la lecture dans le temps de loisir, au même titre que le visionnage de film sur disque DVD, ou bien encore la navigation d'Internet.

Temps à jouer

Le temps passé à jouer aux jeux vidéo est une donnée qui varie selon l'âge et le sexe du joueur. Cependant, nous retrouvons la physionomie précédemment observée. Les hommes passent plus de temps à jouer que les femmes (20 minutes en plus). Ajoutons que ce n'est pas surprenant dans la mesure où les hommes disposent d'un temps libre supérieur aux femmes. Par exemple, selon l'INSEE[1520], en 1999, l'ensemble des hommes consacre en moyenne 5h09 par jour au temps libre contre 4h31 pour les femmes. En prenant la tranche des moins de 25 ans qui constitue le cœur des pratiquants de jeux vidéo, les résultats sont de l'ordre de 5h40 en moyenne par jour pour les hommes contre 4h38 pour les femmes.

La variation du temps de jeu est aussi fonction de la machine ludique possédée. Les joueurs qui passent plus d'une heure par jour à pratiquer se recrutent davantage chez ceux qui possèdent une console, ou bien chez ceux qui ont à la fois ce type de système et un ordinateur[1521]. Globalement, en 2003, les joueurs français passent en moyenne 6 heures par semaines à jouer aux jeux vidéo[1522]. Nous pouvons donc estimer que le temps de jeux par jour est en moyenne d'une heure. Signalons que

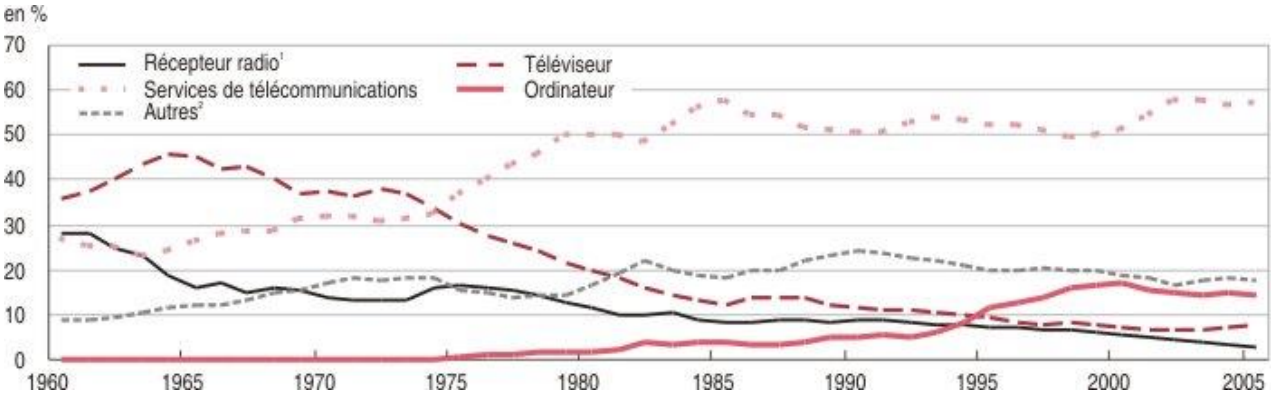
[1520] INSEE, « *Principaux temps sociaux au cours d'une journée moyenne selon l'âge en 2010 (série longue depuis 1999)* », http://www.insee.fr/fr/ffc/figure/NATSOS05523.xls
[1521] SELL, « *Etude sur les joueurs de 15 ans et plus* » dans *AFJV.com*, 26 décembre 2006, http://www.afjv.com/press0402/040211_sell.htm
[1522] Notons que c'est une heure de moins que la moyenne européenne qui est de 7 heures par semaine. « Panorama et évolution du marché des jeux vidéo (2003) », 26 décembre 2006, http://www.afjv.com/press0401/040119_tns_sofres.htm#gamer

nous aborderons cette question du temps de jeu dans le prochain chapitre avec l'étude des joueurs fanatiques[1523].

Taux d'équipement

Pour ce qui est du taux d'équipement, il faut distinguer d'un côté les ordinateurs et de l'autre les consoles. Pour le premier système ludique cité[1524], soulignons que le taux d'équipement n'est pas conditionné par le jeu vidéo uniquement puisque l'ordinateur est une machine multifonction.

Graphique 3.3 : Évolution de la répartition du budget des ménages consacré aux TIC entre 1960 et 2005*[1525]*



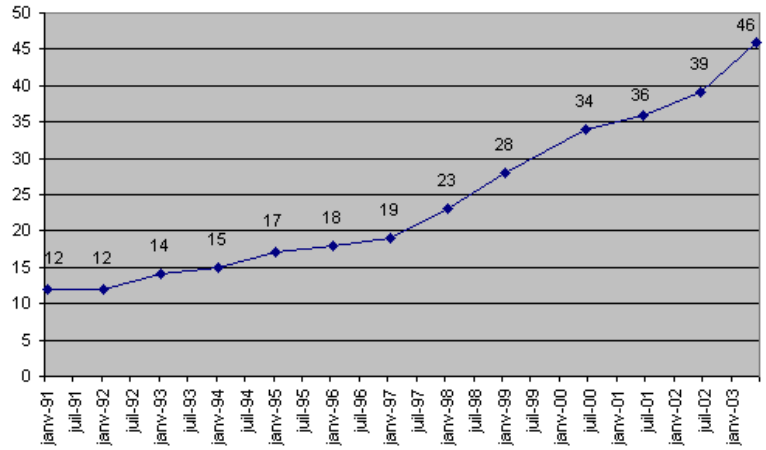
Globalement, notre période d'étude voit la progression des ordinateurs au sein des foyers français. Nous pouvons le constater d'après le graphique 3.3. Le budget des ménages consacrés à l'ordinateur se développe entre 1980 et 1990, avant de connaître une progression marquée à partir de 1995. En outre, ce taux d'équipement est aussi fonction de l'accroissement des dépenses des ménages pour les loisirs. Selon l'INSEE[1526], en 1980, le poste informatique représente 0,8% des dépenses culturelles et de loisirs. Un taux qui entame une progression en 1982 (1,3%) jusqu'en 1991 (2%), avant de connaître une hausse importante entre 1995 et 2000 (de 4,2% à

[1523] Voir p. 417.
[1524] Attirons l'attention sur le fait que les chiffres cités sont d'ordre général. Ils prennent en compte l'ensemble de la population, et donc pas uniquement les joueurs qui utilisent l'ordinateur. De la même façon, ils comptabilisent tous les usages pouvant être faits avec ce genre de machine. Voir si pas redite note d'au dessus.
[1525] Arthaut (Régis), « *La consommation des ménages en TIC depuis 45 ans* », *INSEE Première*, n° 1101, septembre 2006, p. 1. http://www.insee.fr/fr/themes/document.asp?reg_id=0&ref_id=ip1101
1526 « *Dépenses culturelles et de loisirs en 2010 (série longue depuis 1959*) » dans *INSEE.fr*, http://www.insee.fr/fr/ffc/figure/NATTEF05468.xls

7,6%). En 2003, les ménages consacrent 6,8% de leur budget dédié aux loisirs et à la culture pour l'informatique. L'accroissement de ces dépenses mais aussi du taux d'équipement est sûrement corrélatif des baisses de prix de l'ordinateur et de la volonté de se connecter à Internet[1527]. Toutefois, il faut remarquer que par rapport à leurs voisins européens, les Français s'équipent moins rapidement. Libération note au début de l'année 2000 :

« Le taux de présence du micro-ordinateur dans les foyers reste encore bien inférieur en France à celui des autres pays européens: fin 1999, il était de 26%, contre 32% pour la moyenne européenne, et notamment 42% en Allemagne. Le retard d'équipement des ménages français est encore plus important en ce qui concerne le nombre de foyers connectés à l'Internet: 10,7% contre 15,4% pour la moyenne européenne (22% en Allemagne et 32% aux Pays-Bas) »[1528].

Graphique 3.4 : Proportions d'individus âgés de 18 ans et plus disposant d'un micro-ordinateur à leur domicile (en %)[1529]

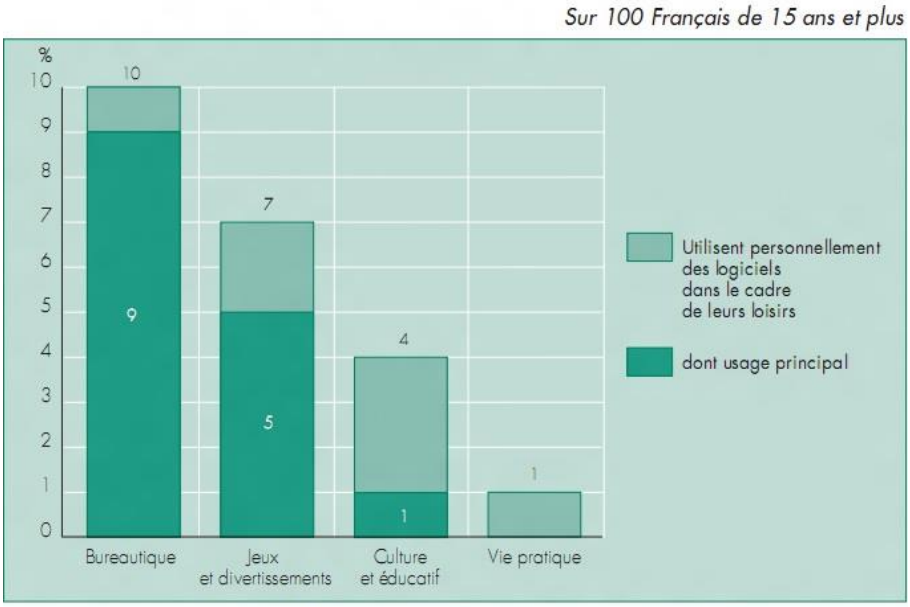


Néanmoins, de plus en plus de français possèdent un ordinateur, et peuvent donc théoriquement accéder aux jeux vidéo (voir *graphique ??*). En 2003, près d'un

[1527] Le Graphique 2.3: Evolution de l'équipement des ménages et du taux d'accès à Internet de la page 289 montre le parallèle entre les mouvements d'équipement d'Internet et de connexion à Internet.
[1528] « *Economie* : Net retard de la France, toujours » dans *Libération.fr*, 20 janvier 2000, http://www.liberation.fr/economie/0101323290-net-retard-de-la-france-toujours
[1529] « *Enquêtes sur les conditions de la vie et les Aspirations des Français* », CREDOC, Juin 2003, http://www.afjv.com/press0311/031114_art.htm

adulte sur deux (46%) dispose d'un ordinateur à son domicile. D'une manière générale, sur l'ensemble de la population, le taux d'équipement passe de 22% en 1997[1530] à 27% en 2001[1531]. Soulignons que d'après l'INSEE, dans l'analyse de la consommation des ménages en 2003, le taux de ménages équipé en ordinateur cette année là atteint 40%[1532]. Il faut aussi noter que la possession d'un ordinateur est corrélative au diplôme et au lieu d'habitation[1533].

Graphique 3.5 : Genre de logiciels utilisés[1534]



Source : Département des études et de la prospective, Ministère de la culture et de la communication

En ce qui concerne l'utilisation de l'ordinateur, nous pouvons voir sur le graphique 3.5 que les deux genres de logiciels les plus utilisés en 1997 sont les

[1530] « *Les pratiques culturelles des Français : enquête 1997* », Paris, La documentation française, Ministère de la culture et de la communication, département des études et de la prospective, 1998, 359 p. ; p. 89.
[1531] Ministère de la culture et de la communication, « *La création de jeux vidéo en France en 2001* » dans *Bulletin du département des études et de la prospective*, n° 139, juillet 2002, p. 2 col. 1.
[1532] « La consommation des ménages en 2003 » dans *INSEE Résultats*, n°32, juillet 2004, p. 26 col. 1.
[1533] 48% des foyers dont le chef de famille a fait des études supérieures disposent d'un ordinateur contre 4% pour ceux ayant suivi des études primaires. De même, 57% des foyers de cadres et professions libérales sont équipés contre 11% des foyers ouvriers. En outre, le taux d'équipement de la région parisienne est plus important qu'en province. Voir : Trémel (Laurent), *Jeux de rôles, jeux vidéo, multimédia : les faiseurs de monde*, Paris, PUF, 2001, 309 p. ; p. 211 ; *Les pratiques culturelles des Français : enquête 1997*, Paris, La documentation française, Ministère de la culture et de la communication, département des études et de la prospective, 1998, 359 p. ; p. 90 et 95.
[1534] « *Les pratiques culturelles des Français : enquête 1997* », Paris, La documentation française, Ministère de la culture et de la communication, département des études et de la prospective, 1998, 359 p. ; p. 153.

programmes de bureautique et les jeux[1535]. Toutefois, selon les classes d'âge, la pratique du jeu peut se révéler comme la principale utilisation de cette machine. C'est le cas chez les adolescents. Ainsi, 62% des 15-19 ans équipés en ordinateur, l'utilisent le plus souvent pour jouer[1536]. Cette domination du jeu atteint même 90% en 2003, chez les adolescents[1537].

Pour ce qui est du second système ludique, les consoles, celles-ci ne servent qu'à jouer. Nous pouvons donc dire que leur présence montre qu'il y a au moins un joueur au sein du foyer. En outre, la possession d'une telle machine indique aussi la volonté de s'adonner aux jeux vidéo (contrairement à l'ordinateur où cela n'est finalement qu'une option). Les consoles équipent au premier trimestre 2000, 32% des ménages français[1538], puis 33,6% en 2001[1539]. En outre, en juin 2003, il semble que 45% des ménages français possèdent une console de jeux[1540].

Le budget consacré aux jeux vidéo

En termes de budget, avec notre chapitre consacré aux prix des jeux, nous avons pu avoir une idée de l'investissement requis pour jouer aux jeux vidéo[1541]. Précisons qu'au début des années 1990, les Français ont un budget annuel moyen consacré aux jeux vidéo d'environ 1547 francs (236 euros)[1542]. En 1995, trois enfants qui testent une console pour le quotidien *Libération*, ont un budget mensuel allant de 300 francs (46 euros) à 1500 francs (229 euros)[1543]. Au début des années 2000, le

[1535] Notons que d'après le livre *Faut-il avoir peur des jeux vidéo ?*, en 1998, 53% des utilisateurs se servent de leur ordinateur d'abord pour le jeu vidéo, 39% l'utilise pour écrire un courrier, 32% pour gérer ses dépenses, 34% pour consulter un CR-ROM culturel, et enfin 30% se servent de l'ordinateur dans le cadre de leurs études. Lenhard (Gentiane), *Faut-il avoir peur des jeux vidéo ?*, Paris, ESF, 1999, 185 p. ; p. 12.
[1536] *Les pratiques culturelles des Français : enquête 1997*, Paris, La documentation française, Ministère de la culture et de la communication, département des études et de la prospective, 1998, 359 p. ; p. 154.
[1537] « La diffusion des nouvelles technologies dans la société française » dans *AFJV.com*, 26 décembre 2006, http://www.afjv.com/press0311/031114_art.htm
[1538] La moyenne européenne se situe à 23%, tandis que le premier pays européen, le Royaume-Uni, compte 34% de ménages équipés en console. « Taux d'équipement en consoles » dans *AFJV.com*, 26 décembre 2006, http://www.afjv.com/press0408/040806_taux_equipement_consoles.htm
[1539] Ministère de la culture et de la communication, « *La création de jeux vidéo en France en 2001* » dans *Bulletin du département des études et de la prospective*, n° 139, juillet 2002, p. 2 col. 2.
[1540] « Les Français, les loisirs et les nouvelles technologies » dans *AFJV.com*, 19 juin 2004, http://www.afjv.com/press0306/030626_ipsos.htm
[1541] Voir p. 389.
[1542] Jolivart Bernard, *Les jeux vidéo*, Paris, PUF, 1994, 128 p. (coll. «*Que sais-je?*»); p. 117.
[1543] Lagrande (Roger-Pierre), « *Ecrans* : *choisi pour vous* : Sega sort une nouvelle génération de console de jeu *Saturn*, le bolide des consoles » dans *Liberation.fr*, 13 octobre 1995,

budget consacré à l'équipement d'une console de jeux est de l'ordre de 600 euros[1544]. Si ce chiffre est élevé, il est en revanche sans commune mesure avec les prix des ordinateurs. Par exemple, en 1997, un ordinateur *PC* destiné au grand public coûte en moyenne 11 000 francs (1677 euros)[1545].

Les consoles sont des machines de jeux, qui à l'aube de l'an 2000, sont répandues dans la plupart des ménages, sans distinction géographique, de revenu ou de diplôme. De la sorte[1546], alors que 46% des familles très favorisées disposent en 1998 d'une console, et 70% d'entre elles possèdent aussi un ordinateur, les familles dites défavorisées sont elles, équipées à hauteur de 63% d'une console, et de 41% d'un ordinateur. En 2003, d'après le SELL, 22% des ménages français possèdent à la fois une console et un ordinateur[1547].

Conclusion : un loisir qui se développe, d'abord chez les jeunes et les hommes

Durant notre période d'étude, les jeux vidéo sont essentiellement un loisir masculin, qui concerne majoritairement les enfants et les adolescents. Les jeunes adultes constituent également une catégorie notable, mais de moindre importance, progressant à la faveur de l'avancement des classes d'âge[1548], de quelques machines ludiques et de certaines politiques commerciales. D'ailleurs, l'âge moyen des joueurs français ne cesse d'augmenter. Ajoutons que toutes les classes d'âge sont finalement touchées, de près ou de loin, par ce loisir, qui a aussi tendance à se généraliser et à progresser chez les moins de 35 ans. La pratique n'est pas très discriminante car elle concerne l'ensemble de la population et des ménages, quel

---

http://www.liberation.fr/ecrans/0101156280-choisi-pour-vous-sega-sort-une-nouvelle-generation-de-consoles-de-jeu-saturn-le-bolide-des-consoles

[1544] En plus de l'achat de la console, les joueurs ajoutent généralement un jeu, une manette supplémentaire et une carte mémoire. Notons que ce coût peut être réduit avec les différentes offres des constructeurs (console proposée avec un jeu, ou avec deux manettes). Toutefois, il est indéniable qu'il y a une progression du coût de l'équipement, notamment par rapport aux années 1990 où les consoles sont vendues, de base avec deux manettes, et parfois avec un jeu.

[1545] Penicaut (Nicole), « *Ecrans* : Le micro prend de plus en plus de place. Les ventes d'ordinateurs ont progressé de 17% en 1996 par rapport à 1995. Une croissance raisonnable. » dans *Liberation.fr*, 24 janvier 1997, http://www.liberation.fr/ecrans/0101202294-le-micro-prend-de-plus-en-plus-de-placeles-ventes-d-ordinateurs-ont-progresse-de-17-en-1996-par-rapport-a-1995-une-croissance-raisonnable

[1546] Lenhard (Gentiane), *Faut-il avoir peur des jeux vidéo ?*, Paris, ESF, 1999, 185 p. ; p. 15 et 16.

[1547] SELL, « *Etude sur les joueurs de 15 ans et plus* » dans *AFJV.com*, 26 décembre 2006, http://www.afjv.com/press0402/040211_sell.htm

[1548] Ceci implique que les enfants et les adolescents conservent leurs habitudes de jeux en grandissant.

que soit le milieu social, les diplômes et le niveau des revenus[1549]. Toutefois, Il apparaît aussi que les consoles sont les machines les plus utilisées pour jouer, contrairement aux ordinateurs, plus élitistes car plus chers, et réservés avant tout aux catégories les plus aisées.

D'ailleurs, nous devons noter que certaines études et sondage à la fin de la période que nous étudions mettent en avant l'ordinateur dans les jeux vidéo. Par exemple, le SELL indique qu'en 2003, que le nombre de joueurs sur console et sur ordinateur est équivalent (18%)[1550]. L'institut TNS note, pour sa part, que 43% des joueurs utilisent l'ordinateur uniquement contre 28% pour les consoles[1551]. Or, Nous pensons que ses observations ne sont pas correctes et qu'elles tentent de minimiser le fait que la console est une machine la plus utilisée pour le jeu vidéo et la plus démocratisée. En 2008, dans *Les pratiques culturelles des français à l'ère du numérique*, Olivier Donnat montre que 41% des joueurs utilisent une console, contre 38% un ordinateur (21% utilisent un autre appareil dont un téléphone portable)[1552]. En outre, il indique que jusqu'à 45 ans, la console est majoritairement utilisée pour le jeu vidéo. Cette machine apparaît comme plus masculine, plus jeunes, mais elle possède aussi un caractère plus populaire.

1549 Cependant, il faut noter que le jeu vidéo devient une pratique om les écart entre milieux sociaux sont plus marqués, après l'installation des jeunes (et donc des joueurs) dans leur vie d'adulte. Les cadres et les professions intellectuelles supérieures ont plus de difficultés que les autres catégories socioprofessionnelles à maintenir un rythme de jeu quotidien ou hebdomadaire, contrairement aux professions intermédiaires ou aux ouvriers. Donnat (Olivier), « *Les pratiques culturelles des Français à l'ère numérique : enquête 2008* » La découverte, Ministère de la culture et de la communication, 2009, 282 p. ; p. 40.

[1550] SELL, « *Etude sur les joueurs de 15 ans et plus* » dans *AFJV.com*, 26 décembre 2006, http://www.afjv.com/press0402/040211_sell.htm

[1551] « *Panorama et évolution du marché des jeux vidéo* » dans *AFJV.com*, 26 décembre 2006, http://www.afjv.com/press0401/040119_tns_sofres.htm#gamer

[1552] Donnat (Olivier), « *Les pratiques culturelles des Français à l'ère numérique : enquête 2008* » La découverte, Ministère de la culture et de la communication, 2009, 282 p. ; p. 40.

b) Les catégories de joueurs

Les joueurs de jeux vidéo ne forment pas une classe homogène. Il existe différents profils, parfois bien spécialisés, dont la composition et les caractéristiques connaissent des variations importantes. Nous les avons divisés en trois grandes familles, à savoir le grand public, les joueuses, et enfin les fanatiques.

Les joueurs « grand public »

La catégorie « grand public » est constituée de personnes[1553] possédant ou non une machine ludique (ordinateur ou console), et qui pratiquent les jeux vidéo aussi bien occasionnellement que régulièrement[1554]. Ce type de joueur découvre généralement ce loisir grâce à la renommé d'un jeu[1555], aux publicités ou bien encore par l'intermédiaire de connaissances. Il possède un savoir restreint dans le domaine, se documente peu, et il n'a pas d'intérêts particuliers pour l'industrie ou la culture du jeu vidéo. Ne s'intéressant pas aux diverses données techniques des jeux[1556], le grand public cherche avant tout à obtenir les meilleurs titres, aux prix les plus intéressants[1557]. Ses choix sont essentiellement portés sur les derniers jeux à la mode, mais aussi sur des jeux simples d'accès[1558]. Signalons qu'à la fin de notre période d'étude, certains joueurs ne pratiquent les jeux vidéo qu'avec un ou deux titres spécifiques[1559]. C'est avec cette classe d'utilisateur que ce loisir, selon nous, se rapproche le plus au niveau de la pratique, des jouets et des jeux de société[1560].

[1553] Le grand public est composé aussi bien d'enfants, d'adolescents, que d'adultes.

[1554] Notons qu'elle comporte également des individus insensibles à ce loisir, qui s'y sont essayé, mais qui n'ont pas adhéré pour diverses raisons (goût personnel, difficulté des jeux, inexpérience, maladresse). Jolivart Bernard, *Les jeux vidéo*, Paris, PUF, 1994, 128 p. (coll. «*Que sais-je?»)*; p. 96.

[1555] Croitoriu (Michaël), Pasamonik (Didier), *Les jeux vidéo expliqués aux parents*, Paris, Editions Marabout, 2002, 160 p. ; p. 13.

[1556] Non seulement le grand public ne s'intéresse pas à ce type de données, mais en plus, bien souvent, il ne les comprend pas.

[1557] « *Tilt journal* : CES de Las Vegas : les micros de demain attaquent » dans *Tilt*, n° 76 mars 1990, p. 23 col. 2.

[1558] Par « simple d'accès », nous entendons des jeux dont la difficulté n'est pas rebutante, dont les règles sont faciles à comprendre, et qui ne requièrent pas non plus un investissement de temps très important.

[1559] C'est par exemple le cas avec les jeux des séries *GTA* et *PES* commercialisées sur *Playstation 2*. Des joueurs s'équipent alors uniquement pour ces deux titres, et ne jouent qu'avec ces deux logiciels ludiques. Notons que ces deux séries sont perçues aussi bien comme des franchises pour passionnés que comme des jeux pour le grand public. Voir annexe jeux p. 127 et p. 144.

[1560] Les joueurs issus du grand public vont, en effet, jouer à quelques jeux favoris, entre amis, mais ils ne vont pas aller plus loin dans la pratique, et dans le jeu vidéo.

Les joueuses

Pour leur part, les joueuses forment un groupe possédant une certaine aura, auprès des joueurs passionnés et de la presse spécialisée[1561]. Cette catégorie comporte aussi bien des individus qui appartiennent au grand public, que des personnes s'intégrant au groupe des joueurs fanatiques. Remarquons ainsi que les joueurs masculins ne sont pas hostiles aux joueuses, et ils ne s'opposent pas globalement à la présence féminine « dans leur monde »[1562].

Les disparités entre les femmes et les hommes dans les jeux vidéo peuvent s'expliquer, en partie, parce que ce loisir est un divertissement conçu principalement par des hommes[1563], pour une audience avant tout masculine. Ceci se reflète dans les jeux, dans leurs thèmes (toujours très « guerriers »), et les personnages contrôlés par les joueurs qui sont des garçons, dans la plupart des titres[1564]. Lorsqu'il y a une héroïne (comme Lara Croft), cette dernière est conçue pour plaire aux hommes et suivant les goûts et les idéaux masculins[1565]. De plus[1566], les différents personnages féminins rencontrés dans les jeux vidéo ont soit un rôle secondaire ou passif (faire-valoir, personnages à délivrer[1567]), soit elles officient en temps que personnages négatifs, antagonistes du héros du jeu. Ces rôles plutôt mineurs, peuvent aussi véhiculer implicitement des clichés sexistes.

Le désintérêt des femmes pour ce loisir numérique provient donc, tout d'abord, du manque de l'offre de jeux ciblant en priorité un public féminin. D'autre part, l'univers des jeux vidéo (en dehors des logiciels ludiques) est également très

[1561] Chez cette dernière, il y a une certaine tendance à analyser les joueuses, et à vouloir voir se développer cette catégorie parmi les pratiquants de jeux vidéo. Par exemple, on peut lire des articles sur, leurs goûts, mais aussi sur les raisons qui peuvent empêcher le public féminin de s'intéresser aux jeux vidéo. On remarque également une sorte de bienveillance, voire d'émerveillement, lorsque des joueuses font parler d'elles dans certaines actualités (comme des tournois de jeux vidéo) ou lorsqu'une fille se manifeste dans le courrier des lecteurs.
[1562] Nous n'avons pas trouvé d'articles, ou de messages de joueurs (forum, courrier de lecteurs de magazines) qui s'opposent aux joueuses.
[1563] La profession est majoritairement composée d'homme. S'il y a bien des femmes qui font partie des équipes de développement, aucune (mis à part, par exemple, Roberta Williams de l'entreprise Sierra On-Line) ne s'est illustrée comme créatrice de jeux.
[1564] En 1992, dans les jeux sur micro-ordinateurs, 85% des héros jouables par le joueur sont des hommes. Dans 5% des jeux, une femme tient le rôle principal, tandis que dans 10% des cas, une femme partage la vedette avec un homme. Le Diberder (Alain et Frédéric), *L'univers des jeux vidéo*, Paris, La découverte, 1998, 274 p. ; p. 197.
[1565] Toutefois, la présence d'une héroïne peut tout à fait séduire un public féminin.
[1566] Meistermann (Nathalie), « Moi Jane, toi Micro » dans *Tilt*, n° 56, juillet/août 1988, p. 96 col. 1.
[1567] Cette finalité concerne 7% des titres sur consoles de jeux en 1992. Le Diberder (Alain et Frédéric), *L'univers des jeux vidéo*, Paris, La découverte, 1998, 274 p. ; p. 197.

masculin, avec peu de femmes qui travaillent dans les boutiques, ou dans la presse spécialisée. De la même manière, les politiques commerciales sont conçues pour une audience masculine[1568]. Ensuite, cette désaffection peut aussi provenir d'un manque de temps à accorder au loisir [1569] (comparativement aux hommes) ou d'occasions de jouer à des jeux vidéo. En outre, il peut y avoir l'impression que pratiquer ce type de divertissement, constitue une perte de temps. Toutefois, nous pouvons percevoir qu'un nombre croissant de femmes s'intéresse à ce loisir et s'adonne à cette pratique, en corrélation avec la démocratisation de ce loisir mais aussi de l'ordinateur dans la société. Nous pouvons voir aussi dans ce développement l'expression de la féminisation des pratiques culturelles et des loisirs qui caractérise la période comprise entre 1973 et 2008[1570].

En matière de goût, les lieux communs sur les préférences féminines concernant les jeux vidéo veulent que les joueuses se portent plus facilement vers les jeux d'aventure, et des jeux simples à maîtriser et à comprendre. Moins attirées que les hommes par le côté compétition et action, elles s'intéressent surtout aux personnages et aux scénarios travaillés et fouillés[1571]. Si ces stéréotypes se révèlent en partie vrais, il faut aussi ajouter que les joueuses peuvent être captivées, suivant leurs sensibilités et leurs affinités, par tous les types de jeux et les genres existants[1572]. Il y a certes des jeux vidéo qui les séduisent plus que d'autres, mais il

[1568] Ajoutons qu'en plus, durant la période où les jeux vidéo sont principalement pratiqués en France sur des ordinateurs familiaux (durant les années 1980), dans l'imaginaire social, ces machines sont volontiers associées aux matières techniques, aux mathématiques, ou au bricolage, et elles sont donc vues comme un domaine essentiellement réservé aux hommes. Ceci pouvant aboutir à des préjugés sur l'informatique aussi bien de la part des hommes que des femmes. Meistermann (Nathalie), « Moi Jane, toi Micro » dans *Tilt*, n° 56, juillet/août 1988, p. 99 col. 1 et 2.

[1569] Dr. Woof, « A quoi jouent les filles ? » dans *Overgame.com*, 3 septembre 2004.

[1570] D'après la synthèse sur l'évolution des pratiques culturelles des français, « la principale évolution sur l'axe masculin/féminin est le déplacement des pratiques culturelles vers le pole féminin, consécutif à la participation culturelle plus forte des femmes nées après guerre mais aussi, parfois, au recul de leurs homologues masculins ». Toutes les activités étudiées sont concernées (lecture, écoute de la musique, sorties culturelles, pratiques en amateur). Ce mouvement est lié au progrès de la scolarisation dont les femmes ont été les principales bénéficiaires, mais aussi à l'emploi salarié (aménagement de leur emploi du temps, emploi plutôt culturel), ou bien encore au développement de leur temps libre. Donnat (Olivier), « *Pratiques culturelles 1973-2008, dynamiques générationnelles et pesanteurs sociales* », Ministère de la culture et de la communication, juillet 2011, 36 p. ; p. 33 col. 1. – p. 35. http://www.pratiquesculturelles.culture.gouv.fr/doc/evolution73-08/CE-2011-7.pdf

[1571] Notons que ces deux critères sont à même de séduire tous les joueurs (hommes ou femmes). Remarquons aussi que les joueuses aiment prendre du temps pour regarder les décors, les personnages, et s'intéresser à l'histoire proposée par les logiciels ludiques. « Karine, journaliste de jeux vidéo » dans *Move and be*, 15 décembre 2003, p. 3. (site Internet disparu).

[1572] Cependant, on peut noter dans une grande majorité des cas, une désaffection pour les jeux de sport comme les courses automobiles ou les jeux de football.

n'y en a aucun qui ne serait pas fait pour ce public. Ainsi, elles sont susceptibles d'apprécier aussi bien des titres conviviaux et amusants[1573], que des jeux de tir à la première personne[1574], des jeux de combat, des jeux de rôle typiquement japonais, des *shoot'em up*, ou des jeux de réflexion. En outre, certaines sont aussi adeptes de l'importation parallèle.

Le grand public et les joueuses (hormis les joueuses fanatiques) sont deux groupes assez similaires, en termes de profil et de goût. Ils s'orientent généralement vers des titres ludiques faciles à prendre en main, à comprendre, ou qui font l'actualité. Pour ce genre de joueurs, les jeux vidéo constituent un loisir secondaire, dont la pratique peut s'apparenter à celle des jeux de sociétés, et être plus ou moins dictée par un effet de mode. Du côté des industriels, toucher ce public est important, car il permet de multiplier les ventes des jeux, ou d'élargir la base des utilisateurs d'une machine ludique qui est en priorité constituée des passionnés. Si nous pouvons observer sensiblement, notamment entre la seconde moitié des années 1990 et le début des années 2000, une ouverture vers le grand public et les joueurs occasionnels, il faut toutefois noter que le jeu vidéo est avant tout pratiqué, durant la période étudiée, par les joueurs fanatiques.

Les joueurs fanatiques

Ces derniers forment une catégorie qui représente le cœur des utilisateurs de jeux vidéo. De par leur engouement, et les différents excès dont ils peuvent faire preuve, comme le temps consacré à jouer[1575], ils cristallisent autour de leur personne, les peurs suscitées par la pratique de ce nouveau loisir. Ainsi, le profil caricatural des joueurs fanatiques donne l'image d'un individu « intégré à son jeu »,

[1573] Signalons l'exemple atypique du jeu *Dead or Alive Xtreme Beach Volleyball*, qui met en scène les héroïnes d'un jeu de combat, dans un titre axé sur le volley-ball de plage. Alors que le jeu est plutôt pensé pour un public masculin particulier, fantasmant sur des idoles virtuelles, il est également apprécié par les petites filles. Simple d'accès et à la difficulté non rebutante, pourvu d'une ambiance estivale et récréative, ce jeu leur permet surtout de jouer à la poupée virtuelle, car il demande de s'occuper et de gérer son héroïne (collection de vêtements, d'accessoires divers, relation avec les autres personnages). Lamoureux (Nathalie), « A quoi rêvent nos enfants ? encadré : jeux vidéo : une irrésistible passion » dans *Lepoint.fr*, 2 janvier 2004, http://www.lepoint.fr/archives/article.php/117874

[1574] L'événement américain Quakecon réserve même un tournoi (parmi les différentes compétitions de jeux en réseau organisé) dédié exclusivement aux joueuses. Dr. Woof, « A quoi jouent les filles ? » dans *Overgame.com*, 3 septembre 2004.

[1575] Outre cette donnée, on peut inclure dans les exagérations, les différentes réactions face aux jeux (excès de colère, de joie, cris).

aux yeux rouges[1576] à force de rester devant un écran, délaissant famille et amis, repas et heures de sommeil, pour se consacrer (presque à temps plein) aux jeux vidéo[1577]. Affublé également de termes comme « maniaque »[1578] ou « zombie »[1579], il est presque vu comme un autiste dans son monde (oubliant tout ce qui l'entoure), qui fait corps avec sa machine.

Cette description burlesque déforme, et elle ne rend pas compte de la réalité. Avant tout, le passionné de jeux vidéo n'est pas si différent que cela d'un « amateur » de cinéma, de musique, ou de sport. Par rapport aux autres utilisateurs des jeux vidéo, le fanatique se différencie tout d'abord par sa connaissance de l'industrie « videoludique »[1580]. Ainsi, il s'intéresse à son évolution, à la création des logiciels ludiques[1581], aux technologies employées dans les jeux, et aux nouvelles (technologies) encore à l'état de développement[1582], ou sur le point d'arriver sur le marché. Il est au courant des titres en préparation ou sortant dans le commerce (il possède généralement un avis sur ces derniers), mais aussi des aspects commerciaux et économiques de ce monde. Erudit, il peut citer et décrire quelques faits historiques sur le jeu vidéo, ainsi que définir les genres de jeux, ou des termes et autres acronymes employés dans la presse ou par les joueurs. De la même manière, il utilise un langage spécifique que seuls les fanatiques intègrent et comprennent[1583].

C'est également un grand consommateur d'informations[1584]. Il les obtient essentiellement grâce la presse spécialisée. Au début du 21e siècle, il faut ajouter la consultation journalière des différents sites Internet dédiés aux jeux vidéo. D'autre

[1576] Lavinfosse (Jean-Pierre), *Nntendo : encyclopédie des codes secrets*, Paris, Marabout, 1994, 194 p. ; p. 5.
[1577] Gollum, « *Blue Stinger* » dans *Joypad*, n° 86, mai 1999, p. 104 col. 3.
[1578] *Ibid.*
[1579] Roustan (Mélanie, sous la direction de), *La pratique du jeu vidéo : réalité ou virtualité ?*, L'Harmattan, 2003, 224 p. ; p. 37.
[1580] Adams (Ernest), Ip (Barry), «*Features* : *From Casual to Core: a statistical mechanism for studying gamer dedication* » dans *Gamasutra.com*, 5 juin 2002, p. 1.
http://www.gamasutra.com/view/feature/2988/from_casual_to_core_a_statistical_.php
[1581] Il connaît (avec plus ou moins de précisions) les différents métiers, ainsi que les différentes étapes de conception d'un jeu.
[1582] Globalement, les joueurs fanatiques aiment les nouvelles technologies, et ils s'intéressent à des degrés divers aux différents matériels qui s'y rapportent (informatique, cinéma, musique).
[1583] Ce langage de spécialistes est constitué de mots anglo-saxons le plus souvent, et chaque genre de jeux dispose de ses termes particuliers. En outre, l'utilisation et la maîtrise de ce langage permettent de créer une sorte d'esprit communautaire entre les joueurs fanatiques.
[1584] Aussi bien des actualités, que des entrevues avec des personnalités du monde du jeu vidéo, des reportages sur cette industrie ou des tests.

part, le fanatique est enclin à discuter et à débattre autour des jeux, et des différentes décisions des acteurs de cette industrie, avec ses amis, dans les boutiques spécialisées, ou bien sur les forums sur Internet[1585].

Ensuite, en ce qui concerne son équipement, il joue sur une machine de dernière génération (dernières consoles, achat de matériel pour *PC* afin de le tenir à jour)[1586], et il suit les évolutions du marché[1587]. En outre, il est susceptible de posséder, ou d'avoir eu entre les mains, un certain nombre d'anciennes plates-formes ludiques[1588]. Au niveau des achats, le joueur fanatique est le plus disposé à dépenser son argent dans des produits ludiques (jeux, machines, produits dérivés). Il se procure les dernières nouveautés au moment même de leur sortie, sans attendre de voir les prix baisser, ou des offres commerciales apparaître. De la même manière, il est celui qui s'adonne aux jeux en importation parallèle, et ce pour différentes raisons. Nous avons déjà évoqué quelques motifs poussant les joueurs vers les produits ludiques étrangers comme une disponibilité commerciale plus rapide, ou les problèmes liés à l'adaptation des jeux pour les standards audiovisuels européens[1589]. A ceci, il faut ajouter le désir de satisfaire sa passion, mais aussi l'envie de posséder des articles rares, différents, ou ayant une certaine valeur. Enfin, dans certains cas, cette consommation de jeux et de machines en importation parallèle peut être motivée par la volonté de se différencier des autres joueurs (notamment du grand public), et d'apparaître comme un véritable connaisseur des jeux vidéo[1590].

En termes de jeux, il n'y a pas de genres ou de thèmes spécialement conçus, ou plus à même de séduire les joueurs fanatiques. Tous les jeux vidéo ont potentiellement la capacité de les intéresser[1591]. Toutefois, comparé aux autres

[1585] Les échanges peuvent être vifs (voire peu courtois dans certains cas), et les positions très tranchées. Les joueurs les plus passionnés ont ainsi tendance à défendre avec véhémence et fermeté, leur marque préférée, leurs jeux ou leurs genres de prédilection.
[1586] D'ailleurs, il peut posséder plusieurs machines ludiques appartenant à une même génération.
[1587] A chaque nouvelle génération de machines, il s'équipe pour suivre les tendances du secteur. Il est d'ailleurs le premier à les suivre.
[1588] Ces anciens systèmes de jeux peuvent être précieusement conservés, ou bien alors avoir été revendus, dans le but d'acquérir les nouvelles machines.
[1589] Rappelons que, par rapport aux jeux japonais et américains qui se trouvent être en 60hz (standard NTSC), les titres en Europe sont en 50hz (standard PAL et SECAM), ce qui provoque l'apparition de deux bandes noires sur l'écran, et un léger ralentissement de l'animation des jeux.
[1590] Non seulement c'est un moyen pour se différencier, mais aussi pour être immédiatement identifié en tant que joueur fanatique (et connaisseur).
[1591] Bien entendu, suivant les affinités, les joueurs passionnés seront attirés par tels ou tels jeux, ou genre de jeux.

joueurs, des différences apparaissent dans leurs motivations, leur façon de jouer, et leur goût du jeu vidéo. Ainsi, ils sont attirés par les jeux plutôt complexes[1592], qui se maîtrisent après un certain temps de pratique. Ils jouent pour les terminer, c'est-à-dire, non seulement pour voir « la fin » du jeu, mais aussi pour remplir les différents défis qu'ils sont susceptibles de proposer en sus. En plus du plaisir de battre et de dominer le logiciel ludique, les joueurs passionnés ont tendance, par esprit de compétition et pour assouvir leur satisfaction personnelle[1593], à vouloir parfaitement maîtriser les jeux, et à améliorer leurs compétences[1594]. De cette façon, même s'ils arrivent au bout du programme ludique, ils sont souvent amenés à poursuivre ou à reprendre leurs parties.

Autres caractéristiques, ils possèdent une certaine facilité à prendre en main les jeux, et à apprivoiser la jouabilité de ces derniers, en raison de leur expérience[1595] et de leur connaissance de la manette de jeux. Lors de la partie, ils oublient plus rapidement cette interface physique (habituel pour eux)[1596], pour se concentrer sur le jeu et l'action qui se déroule à l'écran. Notons aussi, une plus grande tolérance de la part des fanatiques face à la frustration que peut procurer la difficulté de certains jeux ou certains passages ludiques. Au lieu d'abandonner rapidement, ils tentent, ils s'accrochent, et ils s'entraînent pour dominer ce qui leur résiste.

[1592] La complexité du jeu ne passe pas nécessairement par une grande difficulté. Cela peut avoir un rapport avec l'apprentissage des commandes, des mécaniques ou des concepts du jeu. Notons que ce critère est subjectif et qu'il peut être aussi apprécié et recherché par les joueurs occasionnels et le grand public.

[1593] Le joueur peut entrer en compétition avec lui-même (dépassement de soi, objectif qu'il se fixe), contre la machine (réussir à la battre), ou bien contre d'autres joueurs.

[1594] Ceci passe par un véritable entraînement où le joueur cherche à maîtriser toutes les techniques du jeu et les aspects de la jouabilité. Par exemple, pour un jeu de combat, la maîtrise est concomitante de la connaissance et de la réalisation de toute la panoplie de coups dont dispose le personnage fétiche du joueur. Dans un jeu de course, cela passe par l'amélioration du temps sur un circuit donné. Dans le même genre, la technicité du joueur peut être corrélative à l'évolution et à l'accroissement du score (lorsqu'un jeu le calcul), ou au statut d'un personnage (et de son équipement) dans un jeu de rôle/d'aventure.

[1595] Ils ont d'autant plus de facilité à dompter les commandes que certaines actions inhérentes aux différents genres de jeux sont couramment assignées aux mêmes boutons de la manette de jeux (notamment dans les jeux japonais, et sur une même machine ludique). Par exemple, pour un jeu de course automobile sur *Playstation* (entre autres *Gran Turismo* ou *Ridge Racer*), le bouton carré sert à accélérer tandis que le bouton croix est utilisé pour le freinage.

[1596] Les joueurs occasionnels peuvent ainsi être gênés par le grand nombre de boutons présent sur une manette, et par l'apprentissage des différentes actions déclenchées par les boutons et gérées durant le jeu. Ajoutons que lorsqu'un individu (enfant, adolescent ou adulte) touche pour la première fois une manette, dans certain cas, il tente de coordonner ses mouvements, avec ce qu'il veut faire ou ce qu'il voit à l'écran. Par exemple, dans un jeu de plate-forme, au moment d'appuyer sur le bouton du saut, il réalise un geste de bas en haut avec la manette, pour accompagner et simuler le saut, comme si le fait de bouger la manette enclenchait l'action à l'écran. Cette disposition à mimer avec la manette l'action souhaitée disparaît rapidement avec la pratique du jeu vidéo et la domestication de la manette.

Durant toute notre période d'étude, le groupe des joueurs fanatiques est constitué pour une grande part d'adolescents, mais aussi de jeunes adultes. En nous basant sur le lectorat des magazines spécialisés *Tilt* et *Joypad*[1597], on peut observer que cette catégorie comprend en 1985 les jeunes âgés de 12 à 20 ans[1598], tandis qu'en 2003, il s'agit des joueurs ayant entre 15 ans et 24 ans[1599]. Conformément à l'augmentation globale de l'âge des joueurs de jeux vidéo en France, il y a un léger vieillissement de cette classe (de joueurs), qui s'accompagne en 2003 selon *Joypad*, par l'accroissement du nombre des joueurs âgés de 25 à 34 ans[1600]. Cette donnée peut être aussi mise en relation avec l'analyse de Sega qui, en 2000[1601], annonce que les premiers acheteurs de sa console *Dreamcast* sont des joueurs fanatiques, âgés de 18 à 25 ans (la marque touche particulièrement les 22-25 ans).

Le temps dévolu au jeu est peut être le critère le plus essentiel qui permet de différencier le fanatique, du joueur occasionnel. Par rapport à ce dernier, le joueur fanatique pratique le jeu vidéo à une fréquence plus importante, et surtout durant des sessions plus longues. Par exemple, en 1982, *Tilt* rapporte que le gagnant de la catégorie senior (plus de 25 ans) d'un tournoi organisé en France par la firme Atari, joue trois heures par jour[1602]. Autre exemple, en janvier 1990[1603], le temps de jeux de quatre des cinq joueurs (âgés de 15 à 22 ans) participant en équipe à un tournoi, est de deux heures[1604] à quatre heures par jour pour deux d'entre eux, et de cinq heures par semaine pour les deux autres. En 1995, *Libération* indique que les trois joueurs de 11 ans, 12 ans et 14 ans qui testent pour le quotidien la console *Saturn*, consacrent en moyenne aux jeux vidéo entre trente minutes et trois heures par

[1597] Nous nous basons sur le lectorat de magazines spécialisés, car celui-ci est constitué, dans une grande majorité, de joueurs fanatiques. Ainsi, nous pouvons avoir par ce biais, une esquisse plutôt représentative, de ce groupe de joueurs.
[1598] Cette tranche d'âge représente 82% du lectorat de *Tilt*. Rappelons que les joueurs fanatiques fréquentant les salles d'arcade durant cette période, sont légèrement plus âgés, en raison de l'interdiction faite au moins de 18 ans d'entrer dans ces centres de jeux. Ainsi, la moyenne d'âge est comprise entre 18 ans et 25 ans. Voir : « Lecteur de *Tilt*, qui es tu ? » dans *Tilt*, n° 27, décembre 1985, p. 28 col. 1. ; Charreyron (Véronique), « *Actuel* : les arcanes de l'arcade » dans *Tilt*, n° 53, juillet 1986, p. 102 col. 1.
[1599] Cette classe d'âge représente 63% des lecteurs du magazine *Joypad*. Trazom, « Tendance » dans *Joypad*, n° 127, février 2003, p. 5.
[1600] Les joueurs compris dans cette fourchette constituent 17% des lecteurs de *Joypad* selon l'enquête. Le magazine note que ses lecteurs vieillissent, et que cette classe d'âge est en progression. *Ibid.*
[1601] « *Made in Europe* : entretien avec Dominique Cor » dans *Joypad*, n° 99, juillet/août 2000, p. 102 col. 2.
[1602] « *Tilt journal* : *champions* » dans *Tilt*, n° 2, novembre/décembre 1982, p. 12 col. 3.
[1603] « *Tilt journal* : *European Championship* : ils ont gagné » dans *Tilt*, n° 74, janvier 1990, p. 25 col. 1.
[1604] Le joueur qui pratique deux heures les jeux vidéo durant la semaine est également le plus âgé (22 ans). Le week-end, son temps de jeu est beaucoup plus important puisque la revue indique qu'il joue durant huit heures. *Ibid.* p. 26 col. 3.

jour[1605]. En 1998, une étude de Nintendo montre que les 10/12 ans jouent environ une heure trente par jour, et entre six et sept heures lorsqu'ils sont en vacances[1606]. Enfin en 2003, les lecteurs du magazine *Joypad* indiquent jouer plus de quinze heures par semaine[1607].

D'une manière globale, nous pouvons nous rendre compte avec ces quelques exemples, que les jeux vidéo sont un loisir qui peut prendre beaucoup de temps libre. Rappelons que les hommes de moins de 25 ans disposent en moyenne de 5h40 de temps libre par jour en 1999[1608]. C'est donc la quasi-totalité de ce temps qui peut être consommé par les jeux vidéo. Toutefois, ces chiffres ne sont qu'une indication car l'exercice de la pratique des jeux vidéo est susceptible d'être cyclique. En effet, il faut souligner que de nombreux paramètres peuvent venir l'empêcher ou la favoriser[1609]. Cependant, c'est chez les joueurs fanatiques que l'on rencontre une plus grande disposition à jouer avec excès (session se déroulant toute une après-midi, voire une journée entière, temps de jeux pris sur le temps de sommeil).

La catégorie des joueurs fanatiques est souvent désignée (dans la presse, et par les joueurs eux-mêmes) par un terme spécifique, qui change au cours de notre période d'étude. Au début des années 1980 et jusqu'aux années 1990, avec l'engouement pour les ordinateurs familiaux, et la domination de cette machine sur le marché français, les passionnés de jeux vidéo sont connus sous le nom de « *hobbyiste* ». Ce terme regroupe, non seulement la pratique du jeu vidéo (sur ordinateur), mais également des activités comme la programmation, puis la création artistique (dessin, musique, voire réalisation de vidéo). Avec le retour des consoles,

[1605] Lagrande (Roger-Pierre), « *Ecrans* : *choisi pour vous* : Sega sort une nouvelle génération de console de jeu *Saturn*, le bolide des consoles » dans *Liberation.fr*, 13 octobre 1995, http://www.liberation.fr/ecrans/0101156280-choisi-pour-vous-sega-sort-une-nouvelle-generation-de-consoles-de-jeu-saturn-le-bolide-des-consoles
[1606] Le Diberder (Alain et Frédéric), *L'univers des jeux vidéo*, Paris, La découverte, 1998, 274 p. ; p. 95.
[1607] Trazom, « Tendance » dans *Joypad*, n° 127, février 2003, p. 5.
[1608] INSEE, « *Principaux temps sociaux au cours d'une journée moyenne selon l'âge en 2010 (série longue depuis 1999)* », http://www.insee.fr/fr/ffc/figure/NATSOS05523.xls
[1609] Ainsi, il est fréquent que les vacances scolaires, des après-midi de libre (ou les fins d'après-midi), les fins de semaines, ou bien encore l'acquisition d'un nouveau logiciel ludique soient l'occasion de sessions de jeux et d'un temps consacré à cette pratique plus important. A contrario, en raison le travail scolaire ou salarié, de l'absence de nouveaux jeux, ou simplement de la lassitude du joueur, ou un intérêt pour autre loisir, il est possible que les sessions de jeu deviennent beaucoup moins fréquentes ou longues.

et la domination du standard *PC*, son emploi est abandonné au profit du mot anglais « *hardcore gamer* »[1610], qui englobe presque exclusivement la dimension du jeu.

Les joueurs fanatiques forment une classe hétérogène comportant, au-delà des bases communes, différents profils qui possèdent leurs préférences en matière de jeux vidéo (genre, thème). La principale distinction se résume à la division entre joueurs s'adonnant aux jeux sur ordinateur, et ceux jouant sur console. A celle-là, il faut ajouter, principalement durant la première moitié des années 1980, les joueurs d'arcade. Ces derniers se rendent dans les salles de jeux, essentiellement pour profiter des titres les plus aboutis techniquement, mais aussi parfois pour l'ambiance et la convivialité qu'ils peuvent y trouver. De plus, d'après Olivier Chazoule[1611], les joueurs fanatiques de cette époque, se rendent dans les arcades, pour se démarquer, et parce qu'ils considèrent les jeux vidéo domestiques (sur console principalement) comme une occupation familiale, réservée aux parents et au petit frère ou à la petite sœur.

En ce qui concerne les joueurs sur ordinateur, il faut mentionner tout d'abord leur attrait pour des activités et des sujets connexes aux jeux vidéo. Premièrement, suivant les traces des « *hobbyistes* », ils sont les plus à même de s'intéresser à la programmation, ainsi qu'aux développements amateurs de logiciels ludiques. Comme nous l'avons déjà vu, certains joueurs réalisent des jeux, ou des modifications de titres commerciaux. A ces penchants, s'ajoute un intérêt pour tout ce qui concerne le matériel. En effet, il existe une certaine culture du matériel chez les joueurs sur ordinateur[1612], qui se rapporte aux différents composants de cette plate-forme ludique (carte graphique, barrettes mémoires, processeurs). Les passionnés se tiennent alors au courant des nouvelles commercialisations, et surtout ils sont friands de comparatifs et de mesures parfois très techniques, entre les différentes pièces du *PC*[1613]. Ils recherchent avant tout des conseils, pour avoir la configuration (d'ordinateur) la plus puissante et la meilleure possible. Au niveau des

[1610] On parle également de « *core gamer* » ou simplement de « *gamer* ».
[1611] Chazoule (Olivier), *Le guide Marabout des jeux électroniques*, Marabout, 1983, 188 p. ; p. 110.
[1612] Cette culture du matériel n'est pas propre aux joueurs sur ordinateur *PC*. Des joueurs qui préfèrent la console, mais qui possèdent également un ordinateur, peuvent tout à fait s'intéresser à ce domaine. De même, elle rassemble aussi des individus qui ne sont pas joueurs.
[1613] Les joueurs se documentent avec la presse spécialisée, puis surtout à l'arrivée d'Internet, avec des sites spécialement dédiés aux tests de matériels.

jeux vidéo, quelques genres sont connus pour regrouper autour d'eux des communautés de joueurs férus, qui y consacrent la plus grande partie de leur temps de jeu. C'est ainsi le cas des jeux de rôle massivement multi-joueurs, des jeux de tir à la première personne, des simulations[1614], ou bien encore des jeux de stratégie en temps réel.

Sur console, les particularités des joueurs fanatiques s'expriment, pour l'essentiel, dans la préférence pour un genre de jeux. Ainsi, comme sur ordinateur, des groupes de joueurs se concentrent autour de quelques genres comme le sport, et plus particulièrement le football, les jeux de combat, ou les jeux de rôle japonais. Néanmoins, le groupe qui est peut-être le plus caractéristique (et spécifique) des joueurs fanatiques sur console, se compose d'adorateurs de la production japonaise[1615]. Diverses raisons expliquent cet engouement comme les qualités techniques des jeux, leur esthétique, voire la maîtrise des Japonais dans un genre précis, ou plus généralement dans le développement des jeux sur consoles[1616]. Certaines personnes sont également sensibles aux titres inédits, ou à l'aspect de collection des objets ludiques (édition rare, limitée, emballage différent de la version officielle française). L'enthousiasme pour la production nippone peut aussi se rattacher à la passion d'une certaine frange de joueurs, pour le Japon, et notamment pour l'animation japonaise et le *manga*[1617]. Ainsi, les joueurs fanatiques, aussi adorateurs de cette culture japonaise, sont susceptibles de se retrouver attirés par les jeux japonais (voire les jeux en japonais).

[1614] Il existe des groupes très spécifiques comme les joueurs de simulations aériennes (qui ne sont pas obligatoirement des joueurs de jeux vidéo). De même, le public du jeu *World War II Online: Battleground Europe*, regroupe des joueurs plutôt adultes (majoritairement anglo-saxons), férus d'histoire (notamment d'histoire militaire) et jouant principalement sur ordinateur. Roustant (Mélanie, sous la direction de), *La pratique du jeu vidéo : réalité ou virtualité ?*, L'harmattan, 2003, 226 p. ; p. 191.

[1615] Ces joueurs ont, dans une grande majorité des cas, recours à l'importation parallèle (jeux japonais ou leur version américaine), mais ce n'est pas une obligation pour apprécier la production japonaise (certains joueurs se contentent des sorties officielles). Notons qu'au Japon, contrairement à une croyance répandue parmi les joueurs occidentaux durant la période étudiée, il existe à contrario une petite minorité de joueurs fanatiques qui s'intéressent particulièrement à la production occidentale.

[1616] Il faut souligner, que sur console, la place des jeux japonais est prépondérante (surtout sur les consoles 8 bits, et 16 bits).

[1617] Nous avons abordé la question dans le chapitre introductif. Voir p. 43.

Conclusion : des joueurs dans une société numérique

Nous avons répertorié deux grandes catégories de joueurs : d'un côté le grand public et de l'autre les joueurs fanatiques. La principale différence entre ces deux types de profils provient du degré d'implication dans la pratique, aussi bien en terme de temps passé à jouer, que sur les aspects plus culturels des jeux vidéo. En plus de ces deux classes, nous avons décidé de créer une catégorie spécifique aux joueuses car de nombreux questionnements les concernent, notamment dans la presse. Toutefois, les joueurs ne présentent pas de caractères réellement particuliers. Bien sur, elles ont leurs préférences, mais elles peuvent se trouver aussi bien dans le camp des joueurs grand public que dans celui des fanatiques.

Le développement des jeux vidéo, et l'augmentation, au fur et à mesure de la période étudiée, de la population des joueurs, nous amène à penser que cela à une influence sur la société. Selon nous, les jeux vidéo ont certainement joué un rôle dans l'acclimatation des individus à la chose numérique, qu'ils le veuillent ou non, et qu'ils soient joueurs ou non. Par ces jeux et leur présence récurrente, et surtout via les enfants et les adolescents, il y a une accommodation à l'informatique, et au monde virtuel qui, au début des années 2000, deviennent des choses plus ou moins communes. Nous pouvons nous demander si le fait d'être joueur développe un intérêt pour le numérique et facilite la prise en main des différentes utilisations qui en découlent. De même, il n'est pas aisé de déterminer si les jeux vidéo sont le moteur de ces évolutions ou s'ils en sont juste le reflet. La réponse comporte, sans doute, ces deux aspects. Ils sont les ambassadeurs des transformations liées à l'informatique, mais dans le même temps, ils les initient, notamment en éduquant le public. De la sorte, nous pouvons estimer qu'ils sont une sorte d'avant-garde de la société numérique qui se met en place.

2) Les préférences des joueurs

a) Les goûts des joueurs

Les jeux vidéo sont, à la manière des autres loisirs, un divertissement qui attire les joueurs pour la distraction qu'ils procurent. Cet aspect peut être lié, aussi bien à leur caractère ludique simple et souvent immédiat, qu'aux éléments intrinsèques des jeux, comme par exemple les aspects techniques ou les différents genres existant.

Des jeux symboles d'un divertissement technique et interactif

Durant les années 1970, la nouveauté que représentent les jeux vidéo est certainement un facteur d'attirance vers ceux-ci. Plus particulièrement, l'interactivité proposée avec le poste de télévision peut être envisagée comme un des éléments qui séduit et fascine le public. De même, durant la première partie des années 1980, les jeux vidéo sont pratiquement les seuls programmes grand public, présents en nombre suffisant et utilisables facilement sur les ordinateurs familiaux. Ils donnent aussi l'impression d'une utilisation optimale de ce genre de machines. En outre, les joueurs de cette époque sont également portés vers ce loisir domestique, pour sa ressemblance avec les jeux d'arcade (le summum du jeu vidéo durant la décennie), son côté sonore et visuel, mais aussi pour la diversité des thèmes abordés.

En plus du divertissement et de la nouveauté, les joueurs cherchent au travers des jeux vidéo, à s'évader du quotidien, et à avoir des émotions. Ils offrent aussi un moyen de faire dans un monde virtuel, ce qui n'est pas possible dans le réel. C'est un argument possédant un écho important parmi les joueurs, tout au long de notre période d'étude, et qui est à la base de leur amusement pour nombre d'entre eux[1618]. Dans le même genre, ils permettent d'endosser des rôles spécifiques, et de se croire en quelque sorte dans un film ou un jeu de rôle, ou même de retrouver les joies des

[1618] Outre les différentes possibilités offertes dans les jeux, parfois très fantasmagoriques, les joueurs peuvent aussi, de manière détournée et sans que cela soit prévu ou voulu, réaliser des actions complètement amorales, politiquement incorrectes, voire de mauvais goût. Par exemple, ils peuvent dans un jeu sport en équipe, blesser le plus grand nombre possible de joueurs adverses, s'amuser à obtenir le plus d'avertissements de l'arbitre, ou bien encore dans un jeu orienté action, tuer volontairement le ou les personnes à protéger, des innocents, ou s'acharner sur un ennemi. Ces comportements déviants ne sont que temporaires, et ils ont simplement pour but de s'amuser, de tester les possibilités des logiciels ludiques, ou de s'évader en s'écartant un instant des règles du jeu.

jeux de l'enfance (policier, voleur, chevalier). D'autre part, certaines personnes les pratiquent pour les aspects de compétition qu'ils peuvent susciter (battre le score de la machine ou d'un autre joueur, remporter un concours, un tournoi).

Les éléments d'un jeu vidéo qui attirent les joueurs

En ce qui concerne les logiciels ludiques, plusieurs facteurs sont à même d'attirer les joueurs. Le principal critère est d'ordre technologique. Dès les années 1980, les joueurs sont friands de technologie, et avec le développement rapide des jeux vidéo, ils sont habitués à jouer avec des titres toujours plus impressionnants techniquement. De ce point de vue, leur exigence est grande, et elle demeure constante tout le long de notre période d'étude. Dès 1984, un journaliste de *Tilt* note :

« les fabuleux nouveaux jeux vidéo qui illuminent les arcades depuis près de deux ans nous ont donné de mauvaises habitudes. Les joueurs deviennent de plus en plus exigeants en termes de graphismes, effets sonores, et originalité du scénario. C'est vrai qu'il est difficile aujourd'hui de ne pas jouer au blasé lorsque chaque mois, voire chaque semaine, nous livre son lot de nouveaux modèles, plus sophistiqués les uns que les autres…»[1619].

Les jeux se doivent être ainsi toujours plus étonnants et sensationnels pour attirer l'attention des joueurs, et ne surtout pas montrer une régression ou une stagnation sous peine de ne pas les intéresser ou de connaître leur courroux. Plus précisément, ce sont les graphismes des jeux qui font l'objet de toutes les attentions, aussi bien du côté des joueurs, que de celui des professionnels.

Comme nous avons déjà pu l'indiquer[1620], la partie graphique est le poste qui, dans le développement d'un jeu, dispose des ressources les plus importantes. Le but des programmeurs est, non seulement de flatter l'œil du joueur, mais aussi de créer des univers visuels cohérents et attractifs. Les jeux doivent avoir, qu'ils soient en deux dimensions ou en trois dimensions, des décors et des personnages les plus

[1619] Navarre (Jean-Michel), « *Service compris* : arcade du deuxième type » dans *Tilt*, n°12, mai 1984, p. 83 col. 3.
[1620] Voir p. 181.

définis, les plus détaillés et surtout les plus réalistes possibles[1621]. Autre point dans l'élément visuel des jeux, l'incorporation durant les années 1990, de scènes en image de synthèse[1622]. Ces intermèdes à l'action, souvent dynamique et soutenant l'intrigue des jeux, renforcent leur aspect cinématographique. Ils sont appréciés des joueurs parce qu'ils sont techniquement impressionnants, avec des images et une animation de haute qualité.

Cet attachement des joueurs au critère graphique provient de la volonté de s'immerger dans le jeu, de croire à l'action qui se déroule à l'écran, mais aussi à rêver devant un véritable spectacle interactif. A côté des effets visuels, il y a également l'intelligence artificielle du logiciel ludique, qui peut être un facteur attirant pour les joueurs. Plus celle-ci est performante, et plus le joueur peut espérer s'amuser, en ayant un jeu dont les mécanismes ne sont pas tout de suite assimilables, ou qui ne se laisse pas facilement berner[1623].

D'un point de vue général, nous percevons une très forte analogie chez le joueur, entre les capacités techniques et la valeur technologique d'un jeu, et son désir de jouer. Bien entendu, suivant les profils des utilisateurs, le genre de jeu, ou les thèmes utilisés sont aussi des éléments qui déterminent leur l'intérêt. A la fin de notre période d'étude, le développement des jeux en ligne apporte d'autres perspectives dans la passion suscitée par ce loisir.

Etant donné le caractère multijoueur des jeux en ligne, le premier point que l'on relève lorsqu'il s'agit de ce genre de logiciel ludique, c'est le désir et le plaisir de jouer avec un grand nombre de joueurs. Il y a ainsi une envie de se confronter avec

[1621] Pour ce qui est de la troisième dimension, signalons que les joueurs sont aussi attentifs à la modélisation des personnages, qui se doit être des plus réaliste. Dans un jeu de sport, par exemple, cela passe par la reproduction exacte du physique des vrais sportifs.

[1622] Ajoutons aussi, les scènes d'ouvertures, réalisées presque exclusivement en image de synthèse, à partir de la seconde moitié des années 1990. Elles peuvent donner envie au joueur de s'essayer à un jeu, ou renforcer son impression que le titre ludique est d'une certaine qualité (même si cela ne peut être un critère qui valide ou atteste la qualité du titre dans son ensemble).

[1623] Par exemple, dans un jeu de tir à la première personne, une bonne intelligence artificielle peut permettre aux ennemis de réagir différemment face au joueur, à ses aptitudes et à ses déplacements, ainsi qu'aux événements survenant durant l'action. Le joueur doit également avoir du mal à repérer la façon dont se déplacent les ennemis (chemins pré établis par les programmeurs). Dans un jeu de football, ou plus généralement de sport, une intelligence artificielle de qualité fait qu'il est difficile de marquer un but à chaque fois de la même façon.

d'autres individus, plutôt qu'avec l'intelligence artificielle de la machine[1624], doublée parfois d'un certain esprit de compétition (battre, dépasser les autres joueurs). A l'inverse, on note également la recherche d'un jeu en équipe[1625], où les joueurs d'une même fratrie s'entraident et progressent ensemble dans l'aventure ou durant une partie. Cet aspect communautaire peut, de plus, être renforcé par les outils de communication inclus dans le jeu (messagerie instantanée), mais aussi avec des forums de discussion sur Internet[1626], et autres initiatives autour du titre ludique concerné. Deuxièmement, outre ces aspects sociaux, les joueurs peuvent aussi préférer les jeux en ligne, pour la qualité intrinsèque des programmes ludiques, et notamment dans les jeux de rôle en ligne, pour l'existence d'un monde persistant[1627]. Enfin, il faut noter le comportement déviant d'une minorité de joueurs, qui prennent plaisir à gêner, à gâcher, et à rendre la plus désagréable possible, la partie des autres utilisateurs[1628]. Ces agissements sont bien souvent réprimandés par l'éditeur du jeu en ligne, avec différentes sanctions (par exemple exclusion du jeu). Il peut aussi dissuader les joueurs d'adopter ce genre de comportement, en distribuant des « récompenses » qui aident à la progression dans la partie.

Les grandes tendances en matière de goût des joueurs

En matière de goût, nous remarquons que les préférences des joueurs sont très internationalisées puisque, globalement, les grands succès, à la fois critique et commerciaux, le sont sur tous les marchés et auprès des joueurs du monde entier[1629]. Un jeu « *Mario* », des titres tels que *Street Fighter 2* ou *Doom*, sont

[1624] Ce qui renforce normalement l'intérêt du jeu, mais aussi parfois sa difficulté, car les actions adverses sont plus difficilement prévisibles, sans compter les stratégies d'équipe qui peuvent être mise en place.
[1625] Roustan (Mélanie, sous la direction de), *La pratique du jeu vidéo : réalité ou virtualité ?*, L'Harmattan, 2003, 224 p. ; p. 85 et 86.
[1626] Souvent, les joueurs appartenant à une même équipe se créent un espace sur Internet (site et forum) où ils peuvent converser en dehors du jeu.
[1627] Un monde persistant est un univers virtuel crée sur un serveur informatique dont l'existence est indépendante de la présence du joueur. Lorsque celui-ci quitte le jeu, le monde ne s'arrête pas et il continue d'évoluer en son absence et en permanence, notamment en raison des actions des autres personnes qui y sont encore connectées. De cette manière, lorsque le joueur revient au jeu, il découvre un monde connu mais qui dispose de quelques changements.
[1628] Par exemple, ces joueurs vont au cours d'une partie se retourner contre leurs alliés, ou bien s'attaquer (et tuer) à un débutant (sans qu'il puisse réagir), alors que leur personnage virtuel possède de caractéristique élevées, pour le détrousser de ses objets ou de son argent. Voir : Dr. Woof, « *Bad boys* : la récréé est finie, 1er partie » dans *Overgame.com*, 24 décembre 2004 ; Dr. Woof, « *Bad boys* : la récréé est finie, 2eme partie » dans *Overgame.com*, 25 décembre 2004. (site Internet disparu)
[1629] Rappelons qu'en plus les grandes productions de jeux vidéo proviennent principalement de créateurs Japonais et Américains.

reconnus aussi bien en France, qu'aux Etats-Unis et en Asie. Si l'uniformité des goûts est réelle, il existe toutefois quelques disparités suivant le type de joueur (passionnés/grand public) ou la plate-forme ludique (console, ordinateur). De la sorte, un type de jeu particulier, un titre ou une série spécifique, peuvent avoir une reconnaissance et être très appréciés uniquement auprès d'un groupe restreint de joueurs[1630]. D'autre part, les nouvelles générations (de joueurs) sont susceptibles d'avoir un regard négatif sur des grands classiques des jeux vidéo qui ne trouvent alors aucune grâce à leurs yeux, principalement pour des raisons d'ordre technique. C'est surtout vrai envers les programmes ludiques les plus anciens, qui datent par exemple du début des années 1980[1631].

Autre caractéristique, au début de l'an 2000[1632] le public qui s'adonne aux jeux vidéo, particulièrement sur console, semble de plus en plus réticent aux logiciels ludiques innovants et originaux. Plus un jeu tente de se démarquer de la concurrence en utilisant ou en mettant en valeur un aspect novateur, et plus il aura du mal à séduire les joueurs. Cette tendance du marché peut aussi se vérifier par l'exploitation de licences connues, qui se fait de plus en plus importante, avec le temps. Celles-ci prennent la forme de suites de jeux à succès[1633], de titres qui mettent en scène des personnages emblématiques des jeux vidéo dans divers rôles ou activités[1634], ainsi que des jeux adaptés de films, séries télévisées ou livres.

Signalons que dans les politiques éditoriales des jeux étrangers (essentiellement japonais) en France, nous pouvons remarquer dans certains cas, une adéquation entre les choix des constructeurs et des éditeurs et la demande des joueurs. C'est notamment le cas sur le marché des consoles de jeux, durant les années 1990 et au

[1630] Nous pensons par exemple aux simulateurs aériens, un genre presque exclusif au *PC*, regroupant des utilisateurs particuliers, qui ne sont pas toujours des joueurs de jeux vidéo.
[1631] A la fin de notre période d'étude (entre 2003 et 2004), un magazine américain réalise un test en soumettant à des enfant de 10 à 13 ans, des classiques comme *Legend of Zelda*, *Street Fighter 2*, *Tetris*, *GTA*, *Space Invaders*, ou *Pong*. Il en ressort que les titres les plus anciens sont les moins aimés et la cible de critiques négatives. De plus, ils expriment parfois de l'étonnement, voire de l'incompréhension vis-à-vis des systèmes ludiques et de leur puissance technique, ou bien encore par rapport au fait qu'un titre techniquement limité puisse avoir été réalisé, suscité de l'amusement, et finalement avoir connu du succès. Dr. Woof, « Génération jeux vidéo » dans *Overgame.com*, 29 décembre 2004.
[1632] Gollum, « *Dossier* : les jeux vidéo explosent le box office » dans *Joypad*, n° 84, mars 1999, p. 92 col. 2.
[1633] Si la présence de suites de jeux à succès n'est pas une nouveauté, en revanche on remarque une augmentation de leur nombre, durant la seconde moitié des années 1990. Ainsi, de plus en plus de jeux se transforment en série, en franchise et en marque, comportant un nombre de plus en plus élevé de numéro.
[1634] Par exemple, les personnages de la franchise Mario, qui sont utilisés pour des jeux de kart, de tennis, de golf, ou même de l'oie.

début de l'an 2000, où certains titres ne sont pas édités, malgré une demande qui émanent des joueurs fanatiques. C'est particulièrement vrai pour les titres jugés « trop japonais », les jeux de rôle, ou les licences issues de l'animation et du *manga*. Nous pouvons constater que les choix d'éditer ou non ce genre de jeux sont souvent pris en fonction du marché américain[1635], mais aussi pour des raisons économiques[1636], voire par manque de vision par rapport aux attentes du marché. Ce décalage peut aussi montrer l'antagonisme entre des dirigeants qui ont un regard encore porté vers les Etats-Unis, et des joueurs (pratiquant sur console) de plus en plus entraînés dans le tourbillon de la culture populaire japonaise qui se développe dans l'hexagone[1637].

Les catégories de jeux qui séduisent les joueurs

Les différentes catégories de jeux connaissent plus ou moins de succès auprès des joueurs, selon les affinités de ces derniers avec les genres existants, leur âge[1638], l'époque et les effets de mode, ainsi que la plate-forme ludique. C'est également avec les préférences des joueurs que l'on peut attester de quelques différences géographiques en matière de goûts[1639].

Pour observer les tendances et les goûts du marché et des joueurs français, nous pouvons nous baser sur la répartition de type de jeu sur le marché, ainsi que les sondages sur les goûts des joueurs réalisés par des magazines spécialisés.

[1635] Durant cette époque, les jeux qui arrivent en Europe sont très souvent préalablement commercialisés aux Etats-Unis.

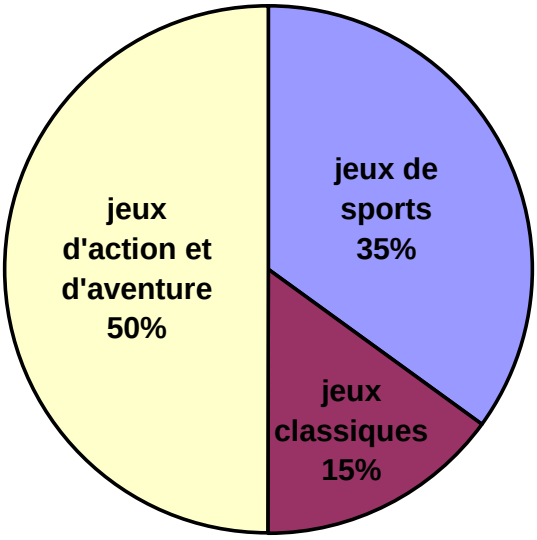
[1636] Les entreprises cherchent avant tout à sortir des jeux, dont le succès est par avance acquis ou qui peuvent toucher le plus grand nombre de joueurs et le grand public.

[1637] Cette discordance peut pousser les joueurs, comme nous l'avons vu, à obtenir des jeux par l'importation parallèle, et à jouer en anglais et en japonais.

[1638] Certains types de jeux peuvent cibler davantage des joueurs plus ou moins âgés, en raison de leur relative difficulté, ou même de la barrière de la langue (jeux qui ne sont pas traduits en français). Par exemple, les jeux de rôles, ou les simulations sont plus à même d'intéresser des adolescents et des jeunes adultes que des enfants, qui vont plutôt apprécier des jeux de plate-forme, ou d'action.

[1639] Par exemple, en 1990, les Européens sont connus, notamment aux Etats-Unis, pour aimer les jeux de style arcade et action. De même, en matière de sport automobile, ils sont plutôt orientés vers la formule 1, comme les Japonais, qui eux préfèrent, outre les titres développés par des sociétés nippones, les jeux de courses européens, plutôt qu'américains, qu'ils jugent trop difficiles. Par ailleurs, d'un point de vue général, sur l'ensemble des joueurs, nous trouvons que les pratiquants français possèdent des goûts plutôt proches de ceux des joueurs américains. Ainsi, on peut voir une certaine séparation entre les joueurs Occidentaux, et les joueurs japonais. Voir : « *News previews* : Brian Fango » dans *Joystick*, n° 11, décembre 1990, p. 11 col. 3. ; Aizawa (Koji), « *Vu du Japon* » dans *Joypad*, n° 98, juin 2000, p. 34 col. 1 et 2.

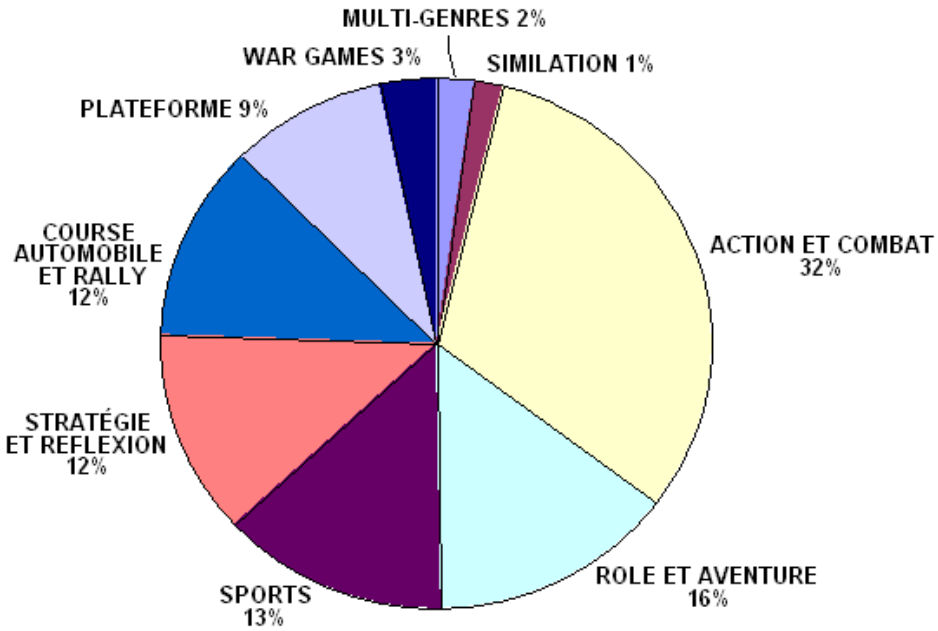
Graphique 3.6: Composition du marché des jeux vidéo au début de l'année 1983 selon *Tilt*[1640]



Ainsi, au début des années 1980, le graphique 3.6 montre une prédominance sur le marché des jeux vidéo d'une catégorie qui regroupe les jeux d'action et d'aventure (50%) et des jeux de sports (35%). Les jeux classiques[1641] sont en retrait (15%).

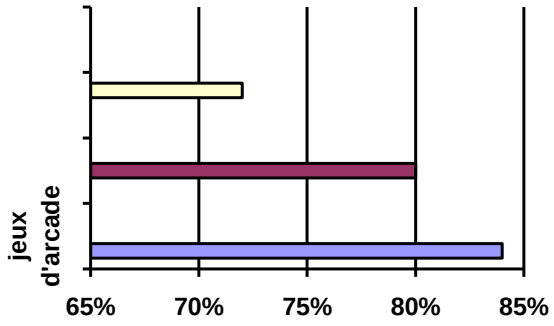
Graphique 3.7: Répartition du marché par type de jeux en 2003[1642]

[1640] Chazoule (Olivier), « Voyage au bout de l'envie » dans *Tilt*, n° 4, mars/avril 1983, p. 19 col. 4.
[1641] Par jeux classiques, nous entendons des types de jeux comme les jeux de cartes, les échecs, ou les dames.
[1642] Attirons l'attention sur la catégorie « similation ». Nous ne savons pas si c'est une catégorie inventée par l'éditeur Electronic Arts pour sa série de jeux « les *Sims* » ou s'il faut plutôt lire « simulation ».



Au début des années 2000, le marché des jeux vidéo poursuit dans cette voie, si on se réfère à une étude (analysant le secteur en 2003) de la filiale française de l'éditeur Electronic Arts[1643]. D'après le graphique ci-dessus, nous pouvons voir que les groupes les plus importants sont les jeux d'action et de combat (32%), les jeux de rôle et d'aventure (16%), les jeux de sports (13%), les jeux de course automobile (12%), ou bien encore des jeux de stratégies et de réflexion (12%)[1644]. Au-delà de la segmentation des genres, les grandes catégories de jeux les plus présentes sur le marché sont pratiquement les mêmes qu'au début des années 1980.

Graphique 3.8: Préférence des lecteurs de *Génération 4* au milieu des années 1990



[1643] « Principaux chiffres » dans *AFJV.com*, mardi 26 décembre 2006, http://www.afjv.com/press0409/040909_chiffres_marche_jeux_video.htm#profil

[1644] Les genres ayant un faible pourcentage sont des catégories de jeux, qui peuvent selon nous intégrer les autres genres indiqués par l'étude. Par exemple, les jeux de plateforme avec les jeux d'action.

En ce qui concerne l'avis des joueurs, au milieu des années 1990, selon un sondage du magazine *Génération 4* auprès de ses lecteurs[1645], ils sont attirés par les jeux d'arcades (84% des lecteurs de ce magazine), d'aventure (80%) et de simulation de conduites (72%). Au début des années 2000, les lecteurs de *Joypad*[1646] sont, pour leur part, adeptes des jeux de rôle et d'aventure, du sport, des jeux de tir à la première personne ou bien encore de course.

Conclusion : l'importance des graphismes et une prédominance de l'action

Parmi les tendances que nous avons observées, nous devons retenir l'attirance des joueurs pour les aspects techniques des jeux. L'amalgame entre une technicité de plus en plus poussée, et notamment en ce qui concerne les graphismes, et le degré de plaisir est une réalité. Les joueurs attendent d'être impressionnés, et ils se laissent plus facilement « prendre au jeu » lorsque celui-ci possède un certain degré de technique, conforme à leurs attentes. Selon nous, cette exigence technique est un critère de sélection qui révèle le désir de divertissement et d'assister à un « spectacle » de qualité. Nous pouvons trouver les mêmes attentes envers un film de cinéma ou bien une rencontre sportive.

L'universalité des goûts des joueurs est un autre point à souligner. Les grands jeux rencontrent un succès public sur les trois grands marchés des jeux vidéo. Nous pouvons nous demander si cela n'est pas un signe de la mondialisation des économies, mais aussi de la culture. Signalons quelques modes qui touchent le marché français et que l'on constate aussi au niveau mondial. Par exemple, au début des années, il y a une tendance aux *shoot'em'up*. Au début des années 1990, avec le succès de Mario ou de Sonic provoque une vogue des jeux de plate-forme. De même, la décennie 1990 réserve une place importante aux jeux de combats. Remarquons le succès croissant et continu des jeux de rôle et d'aventure (et tous les dérivés de ces deux genres). Dans un premier temps, chez les joueurs qui possèdent

[1645] Sarron (Catherine, sous la direction de), « *Jeux vidéo* », Centre français du commerce extérieur, direction des industries et services, Les éditions du CFCE, mai 1994, 77 p. ; p. 51.
[1646] Trazom, « Tendance » dans *Joypad*, n° 127, février 2003, p. 5.

un micro-ordinateur (durant les années 1980)[1647], puis ensuite chez les joueurs utilisant les consoles[1648].

Globalement, nous pouvons conclure que les joueurs français ont une forte inclination, et ils se portent plus facilement, durant la période étudiée, pour tout ce qui concerne les jeux d'action, de sport, mais aussi d'aventure[1649].

[1647] En décembre 1985, selon les résultats d'une étude sur les lecteurs du magazine *Tilt*, l'ensemble des joueurs intéressés par la catégorie jeux d'aventure représente 98% des lecteurs. « Lecteur, qui es tu ? » dans *Tilt*, n° 27, décembre 1985, p. 28 col. 3.

[1648] En 1997, *Joypad* fait le constat d'une montée des jeux de rôle et d'aventure parmi les genres préférés des joueurs français, ainsi qu'une demande de plus en plus importante pour ce type de jeux. Banana-San, Greg, « Dossier RPG : 1997, l'année de tous les RPG » dans *Joypad*, n° 60, janvier 1997, p. 10 et 11.

[1649] Cette tendance se poursuit au-delà de notre période d'étude puisqu'en 2008, selon Olivier Donnat dans son étude *Les pratiques culturelles des français à l'ère numérique*, les genres de jeux les plus appréciés sont le sport (46% des sondés) et les jeux d'action (45%). Donnat (Olivier), *Les pratiques culturelles des français à l'ère numérique : enquête 2008*, La découverte/ministère de la culture et de la communication, Paris, 2009, 282 p. ; p. 40.

b) Le phénomène du « *rétroludique* »

Le « rétroludique »[1650] est une tendance qui consiste à jouer et à collectionner les jeux vidéo considérés comme anciens. A cela, il peut aussi s'ajouter un certain intérêt pour l'histoire de ce loisir et de cette industrie. Si la notion de « jeux anciens » peut être longuement discutée, on considère, pour notre période d'étude, que les logiciels ludiques qui entrent dans cette catégorie, appartiennent aux décennies 1970, 1980 et à la première moitié des années 1990. Le « rétroludique » apparaît et se développe en France au début des années 2000, principalement au moyen d'Internet[1651].

Les moyens de jouer avec des jeux vidéo anciens

Pour s'adonner aux « jeux vidéo rétros », il existe essentiellement trois façons de se procurer et de jouer avec les logiciels et les machines ludiques d'antan. La première manière, peut être la plus évidente et la plus simple[1652], c'est de recourir aux matériels d'origine. L'expérience de jeux est sensiblement la plus authentique, car les conditions ludiques et les sensations éprouvées par les joueurs, sont susceptibles d'être les mêmes qu'au moment de l'exploitation commerciale des programmes et des systèmes de jeux[1653]. Signalons que si la pratique se résume à jouer uniquement avec d'anciens titres, certains passionnés, également programmeurs, entreprennent de réaliser des nouveaux jeux pour des systèmes désuets[1654]. Toutefois, ce type d'initiative est très limité, et elle se cantonne aux

[1650] Ce nom est l'équivalent français du terme « *retrogaming* », proposé par l'Office québécois de la langue française. Nous allons également utiliser « jeux vidéo rétro » comme synonyme. Soulignons que les joueurs de l'hexagone se réfèrent exclusivement à l'anglais, et donc à « *retrogaming* », mais aussi à ses synonymes tels que« *classic gaming* », ou « *old-school gaming* ».

[1651] En effet, Internet est le premier vecteur et diffuseur de ce phénomène, permettant aux joueurs d'accéder à différentes ressources, à des informations, mais aussi d'entrer en contact avec d'autres passionnés des « jeux vidéo rétros ». La presse spécialisée et les éditeurs de jeux ne sont pas les instigateurs du mouvement. Ils commencent à s'y intéresser à partir de 2002 et 2003. Il en est de même pour les boutiques spécialisées indépendantes, qui se lancent dans ce créneau également à cette époque. Cette nouvelle demande leur permet d'assurer des revenus supplémentaires, en complément du marché de l'occasion, et de l'importation parallèle.

[1652] Surtout si le joueur a conservé ses anciens systèmes ludiques et ses jeux.

[1653] C'est surtout le fait de jouer et de manipuler les objets originaux, ou bien encore d'essayer d'anciens systèmes informatiques, qui rend l'expérience authentique.

[1654] C'est par exemple le cas d'un programmeur du nom de John Dondzila qui développe, à partir des années 1990, des nouveaux jeux pour les consoles *Vectrex*, *Videopac*, et *Intellivision*. Ces quelques nouveautés sont ensuite mises à disposition des joueurs de deux manières différentes. La première, gratuite, sous forme de fichier informatique à télécharger via un site Internet. La seconde est une offre payante et matérielle puisque le

machines techniquement les plus simples, comme par exemple les premières consoles d'origine américaine.

La seconde façon d'avoir accès aux catalogues du passé, c'est de recourir aux diverses rééditions proposées par les éditeurs de jeux. En effet, dès les années 1980, ces derniers exploitent leur fonds de catalogue en commercialisant d'anciens titres, pour les systèmes ludiques en vigueur sur le marché. Généralement, ils sont proposés selon trois types d'offres. La première se présente sous la forme d'une simple adaptation du jeu, sans améliorations graphiques, ni éléments supplémentaires. Le titre ludique est donc en version originale, et il ne bénéficie pas de la puissance technique des nouvelles machines pour lesquelles il est adapté. La seconde offre se matérialise par des compilations de plusieurs jeux (pouvant aller de deux jeux à une centaine)[1655]. Dans ce cas aussi les logiciels ludiques ne sont pas retouchés. Enfin, la troisième offre est une conversion du jeu original[1656], avec des changements graphiques (améliorations, prise en compte technique des nouveaux systèmes ludiques), et parfois du contenu supplémentaire (niveau, objet)[1657]. Soulignons que ce genre de commercialisation n'est pas très apprécié des joueurs (hors passionnés des « jeux vidéo rétros ») et de la presse, qui ne voient pas vraiment d'intérêts ludiques à rejouer à d'anciens titres sur des machines qui peuvent offrir une expérience de jeux plus intense. De plus, c'est souvent perçu comme un moyen pour l'éditeur de gagner de l'argent facilement, en exploitant la nostalgie de certains joueurs.

Enfin, l'émulation est la troisième manière de jouer avec des jeux anciens, et c'est aussi celle qui est la plus répandue parmi les joueurs. L'émulation est une technique informatique qui permet de reproduire le fonctionnement d'une machine

---

développeur réalise une cartouche, qui permet ensuite aux joueurs de faire fonctionner le nouveau programme sur la console. http://www.classicgamecreations.com

[1655] Les grands éditeurs de jeux créent pour l'occasion des gammes spéciales d'anciens jeux. Ainsi, on trouve chez Capcom, les *Capcom génération*, chez Konami les séries *Konami antic*, *Konami GB collection* (exclusivement sur la console *Game Boy*) et les *Konami Collection*, chez Namco, les *Namco muséum* et un *Namco anthology*. D'autres éditeurs peuvent aussi commercialiser des compilations, mais de manière plus sporadique, comme Atari avec *Atari collection* ou *Atari anniversary advance*.

[1656] Dans certains cas, le jeu original peut être proposé en sus de la nouvelle version.

[1657] Nous trouvons ainsi des jeux tels que *Pac-Mania* ou *Frogger 3D*. D'autre part, Sega a lancé au début des années 2000, une collection nommée *Sega Age 2500* (quelques jeux sont commercialisés en Europe sous la gamme *Sega Classics Collection*) dont certains titres sont proposés dans des versions revues et corrigées (graphismes, jouabilité, niveau de difficulté).

sur une autre machine, et ainsi de permettre l'utilisation de programmes sur un système qui n'est pas destiné à les recevoir à l'origine[1658]. Il existe deux types d'émulation, à savoir une émulation matérielle et une émulation logicielle[1659]. Dans le cadre des jeux vidéo, deux éléments sont ainsi indispensables pour recourir à l'émulation, à savoir d'un côté un émulateur, qui prend en charge un système ludique (console, ordinateur, arcade). Ce type de programme, pour une grande majorité, ne possède pas de caractère officiel, et il est souvent l'œuvre de programmeurs indépendants des constructeurs de machines ludiques. De l'autre, il faut les fichiers des jeux, qui sont pour la plupart, durant notre période d'étude, des fichiers du genre ROM[1660], dont le nom est lié aux informations des jeux, qui proviennent de la mémoire morte contenue dans les cartouches des consoles ou dans les bornes d'arcade. Aussi bien les consoles de jeux[1661] que les ordinateurs sont capables d'émulation. Cependant, la machine de prédilection pour l'émulation demeure l'ordinateur *PC*, du fait de la simplicité d'utilisation[1662], mais aussi parce que les différents fichiers sont récupérés gratuitement sur Internet.

Une pratique légale ?

L'évocation de l'émulation pose irrémédiablement la question de la légalité de la pratique, et sa frontière avec le piratage. En effet, la majorité des outils trouvés sur Internet et utilisés par les joueurs ne sont pas officiels, et la législation les concernant demeure floue. Si les émulateurs semblent peu concernés par le problème, en raison notamment de la tolérance des constructeurs de machines[1663], en revanche les

[1658] Esposito (Nicolas), *Emulation et jeux vidéo*, Paris, Micro Application, 2001, 744 p. ; p. 14.
[1659] L'émulation matérielle se caractérise par la présence d'un composant autorisant la compatibilité avec le matériel désiré. Par exemple, cela peut être un composant commun (microprocesseur, composant graphique) à deux machines. Il est alors possible d'utiliser ses anciens jeux soit directement sur la nouvelle machine de jeux (comme sur *Playstation 2* avec les jeux *Playstation*, ou la *Game Boy Advance* avec les jeux *Game Boy*), soit il faut avoir recours à un adaptateur, comme pour la *Megadrive* avec les jeux *Master System*. Quant à l'émulation logicielle, comme son nom l'indique, il s'agit d'un programme reproduisant le fonctionnement d'un matériel. Signalons que parfois, ces deux types d'émulations sont utilisés en même temps.
[1660] Pour les jeux sur disque laser, on parle de fichier ISO. Toutefois, pour la période que nous étudions, ce type de fichiers n'a pas de rapport avec le « rétroludique », mais bien plus avec les questions de piratage.
[1661] Deux consoles sont particulièrement touchées par le phénomène et utilisées par les joueurs, dans le cadre de l'émulation. Il s'agit de la *Dreamcast* de Sega et de la *Xbox* de Microsoft.
[1662] Il suffit de télécharger l'émulateur de son choix, de lancer l'application puis d'ouvrir les fichiers des jeux (au format ROM) pour pouvoir lancer une partie. Signalons qu'un *PC* du début des années 2000 dispose de la puissance nécessaire pour faire fonctionner les jeux des périodes 8 et 16 bits.
[1663] Tolérance qui s'arrête lorsqu'une société tierce décide de commercialiser un émulateur d'une console pour ordinateur. A la fin des années 1990, Sony engage des procédures judiciaires contre deux sociétés (Bleem et Connectix Corporation) qui proposent des émulateurs de la console *Playstation* (alors encore en activité sur le

fichiers des jeux sont au centre des questionnements. Ce genre de fichiers est, tout d'abord, considéré comme des copies des jeux vendues dans le commerce. L'utilisation d'un émulateur est considérée comme illégale lorsque le joueur utilise un de ces fichiers alors qu'il ne possède pas le jeu original[1664], ou un fichier d'un jeu vendu en cartouche[1665], ainsi que tout autre fichier informatique considéré simplement comme illégal[1666].

Cependant, la principale interrogation concerne l'utilisation de logiciels ludiques qui ne sont plus exploités commercialement. Théoriquement, leur mise à disposition au public et leur téléchargement sur Internet n'ont pas de caractère légal, notamment en vertu du droit d'auteur (dont la durée est de 70 ans). Cependant, dans les faits, les éditeurs et les développeurs font preuve encore une fois d'une certaine tolérance, étant donné que la pratique n'entraîne pas de manque à gagner important. D'ailleurs, certaines entreprises s'accordent à ne pas faire valoir leur droit, et à rendre libre leurs anciens jeux. C'est par exemple le cas d'Amstrad qui autorise la redistribution des ROM des jeux pour ordinateurs *CPC* et *Sinclair*, si celles-ci ne sont pas modifiées[1667]. Autre exemple, en 2003 la société Rockstar Games offre gratuitement sur son site Internet le jeu *Grand Theft Auto*.

Par ailleurs, la notion « d'abandogiciel » est avancée par les passionnés d'émulation et ceux qui mettent en ligne les fichiers des jeux, pour légitimer la pratique. L'abandogiciel[1668] est un ancien logiciel commercial, qui n'est plus vendu depuis quelques années et dont l'éditeur a abandonné la commercialisation et n'assume plus le service après-vente. Ces logiciels sont laissés à l'abandon, et ils ne sont plus une source lucrative pour leurs auteurs. Ce concept ne possède pas de cadre légal, et il n'existe pas non plus de critères stricts qui permettent de savoir

---

marché) pour les ordinateurs *PC* et *Mac* (et même pour la console *Dreamcast* de Sega dans le cas de la société Bleem). Après de longues procédures, Sony ne parvient pas à gagner ses procès de manière décisive, et à faire interdire le programme incriminé. La société japonaise finit par racheter la technologie de Connectix Corporation, et elle pousse à la faillite la compagnie Bleem qui ne peut assurer les coûts de sa défense. Voir : « Sony refuse l'émulateur » dans *Joypad*, n° 84, mars 1999, p. 63 col. 1. ; « Bleem, l'impasse pour Sony » dans *Joypad*, n° 92, décembre 1999, p. 81 col. 1. ; Esposito (Nicolas), *Emulation et jeux vidéo*, Paris, Micro Application, 2001, 744 p. ; p. 14 ; http://en.wikipedia.org/wiki/Bleem

[1664] Ainsi, le joueur ne peut pas invoquer le principe de copie de sauvegarde puisqu'il ne possède pas le jeu original.

[1665] La copie de sauvegarde ne s'applique donc pas en ce qui concerne les jeux sur cartouche.

[1666] Esposito (Nicolas), *Emulation et jeux vidéo*, Paris, Micro Application, 2001, 744 p. ; p. 25.

[1667] *Ibid*. p. 163.

[1668] http://www.olf.gouv.qc.ca/ressources/bibliotheque/dictionnaires/Internet/fiches/8366148.html

instantanément quels sont les jeux pouvant être considérés comme des abandogiciels. C'est d'autant plus difficile lorsque l'entreprise à l'origine du jeu ou possédant les droits n'existe plus[1669]. Il s'agit donc la plupart du temps de cas par cas, et de l'appréciation des personnes[1670]. Ainsi, la mise en ligne des fichiers des jeux peut ou non déclencher une demande de retrait de la part des ayants-droits.

Nous remarquons que, dans l'ensemble, cette pratique n'est pas combattue systématiquement et farouchement par les éditeurs, les développeurs et les constructeurs de machines. Il y a une tolérance assez importante pour ce qui concerne les anciens jeux qui ne sont plus exploités. Certains font valoir leurs droits en demandant simplement aux responsables des sites Internet de retirer les fichiers incriminés. Ce genre de demande peut aller jusqu'à la fermeture des sites par les fournisseurs d'accès à Internet. D'autres, au contraire, laisse faire et ils ne s'opposent pas au libre téléchargement des ROM. Néanmoins, il faut noter que les jeux pour les anciens ordinateurs et les premières consoles (ceux et celles de la décennie 1980) posent moins de problèmes, et sont plus facilement classables dans la catégorie des abandogiciels.

Les profils des joueurs adeptes du « rétroludique »

Les joueurs qui s'adonnent aux « jeux vidéo rétros » sont des fanatiques, qui sont généralement plus âgés que la moyenne. Cette catégorie comporte plusieurs profils. Ainsi, on compte de simples joueurs, des collectionneurs[1671], des « bricoleurs »[1672] ainsi que des développeurs[1673] comme nous avons déjà pu le voir. Notons que ces joueurs pratiquent indifféremment sur des emulateurs et sur les

[1669] Globalement, il est souvent difficile de savoir à qui appartient les droits d'un ancien jeu.
[1670] Toutefois, certains éléments peuvent apporter des indications, comme le support physique du jeu (les jeux sur disquettes par exemple), son ancienneté et le nombre d'années depuis lesquelles il est « orphelin ». Les passionnés mettent donc en ligne les fichiers des jeux, en attendant de voir si un auteur, ou une entreprise viendra faire valoir ses droits. http://www.abandonware-definition.org/faq.php#1
[1671] Le collectionneur a ainsi tendance à écumer les brocantes, les magasins spécialisés ou les sites Internet d'enchères, pour se procurer des pièces rares, et compléter sa collection. Etant donné le développement de cette demande spécifique, on assiste à quelques abus comme des prix démesurément élevés en boutique, ou bien encore des personnes qui cherchent à accumuler les références, afin de les revendre plus cher sur des sites d'enchères.
[1672] Par « bricoleurs », nous entendons des personnes qui réalisent leur propre borne d'arcade (souvent il s'agit du meuble), mais aussi pour certaines d'entre elles, qui sont capables de réparer d'anciennes machines ludiques.
[1673] Les développeurs réalisent des nouveaux jeux pour d'anciens systèmes ludiques, ou alors ils programment (et donc ils conçoivent) les émulateurs.

machines ludiques originelles. Cependant, ces dernières ont leur préférence, parce qu'elles possèdent la meilleure expérience de jeux, et les placent au plus près des conditions d'époque (de jeu).

Cette passion pour l'ancien est dictée par plusieurs raisons dont la première est la nostalgie. A celle-ci, il faut ajouter, comme nous avons déjà pu le dire dans la partie sur les caractéristiques des jeux vidéo[1674], une préférence pour un certain type de jeux et une certaine époque du jeu vidéo. De la sorte, on remarque que bon nombre de « joueurs rétros » sont adeptes des jeux vidéo en deux dimensions, qui sont devenus de plus en plus désuets à partir de la seconde moitié des années 1990. Ils apprécient la jouabilité de ces jeux, leur côté graphique et sonore, et ils pensent aussi que les concepts sont à la fois plus profonds, plus variés et plus recherchés que pour les jeux en trois dimensions. De plus, leur attrait peut être aussi déterminé par la raréfaction de l'offre de certains genres tels que les jeux de tir aérien ou les jeux de combat à progression.

Conclusion : un mouvement qui se veut culturel

Le « rétroludique » est un phénomène qui se développe à la fin de notre période d'étude, aussi bien en s'affirmant comme une pratique à part entière, que comme un segment commercial du marché des jeux vidéo. Pour les industriels, il s'agit de s'adresser à des joueurs plutôt âgés, voire des adultes. C'est une tendance générale des industries culturelles qui cherchent à diversifier leur public, tout en gardant les adolescents comme cible première[1675]. Cette vague de « jeux vidéo rétros » arrive durant une époque qui voit le développement de chaînes et d'émissions générationnelles (par exemple des émissions de variétés avec les vedettes des « yé-yé), ou des rediffusions de films ou de séries. Cela participe à diffuser les cultures juvéniles au sein de la population adulte, car ces produits ou ces contenus permettent d'entretenir les liens que les adultes possèdent avec leur jeunesse. En outre, cette « juvénilisation » de la culture participe à renforcer la valeur jeunesse dans la société. Cependant, pour les joueurs, cet aspect est occulté. Ils pensent le

[1674] Voir p. 218.
[1675] Donnat (Olivier), « *Pratiques culturelles 1973-2008, dynamiques générationnelles et pesanteurs sociales* », Ministère de la culture et de la communication, juillet 2011, 36 p. ; p. 33 col. 1. http://www.pratiquesculturelles.culture.gouv.fr/doc/evolution73-08/CE-2011-7.pdf

mouvement uniquement en terme culturel. Ce dernier s'étend d'une période allant des années 1970 à la seconde moitié des années 1990. Toutefois, les joueurs français sont principalement intéressés par l'époque courant du milieu des années 1980 au milieu des années 1990[1676]. En plus de la pratique des anciens jeux vidéo, le « jeux vidéo rétro » comporte une partie relative à l'histoire de ce loisir, à l'archivage des logiciels et des systèmes ludiques, mais aussi des données et autres documents s'y rapportant[1677]. De plus, des courants artistiques[1678] (musique et arts graphiques) peuvent aussi s'y rattacher.

[1676] En somme, la période s'étend des ordinateurs 8 et 16 bits, aux consoles 8 et 16 bits.
[1677] Par exemple en France, une association nommée *Mo5* s'est constituée en 1996, dont le but est la conservation et la diffusion du patrimoine numérique. http://mo5.com/index.php
[1678] Voir p. 577.

V) La Presse

1) Les jeux vidéo dans la presse française

a) Les jeux vidéo dans la presse généraliste

Les sujets sur les jeux vidéo apparaissent dans la presse française, à la fin des années 1970 et au début des années 1980. Ils coïncident avec l'émergence de cette nouvelle industrie de jeux, et avec son succès commercial à l'étranger (notamment aux Etats-Unis) et dans l'hexagone.

Toutefois, signalons notre difficulté à trouver ce type d'articles, notamment en ce qui concerne le début de la période que nous étudions. Les références dans les différents ouvrages consultés ou dans la presse spécialisée sont peu nombreuses. Pour effectuer notre étude, nous avons utilisé, en plus des citations d'articles trouvées lors de nos lectures, les moteurs de recherches des sites en ligne des grands quotidiens français, mais aussi celui de la Bibliothèque de Beaubourg qui propose une recherche spécialisée dans les articles de presse. De cette manière, nous avons pu trouver et comparer différents articles, mais aussi dégagé certaines tendances.

Un sujet peu présent avant les années 1990

D'après nos recherches, il apparaît que ce sujet n'est pas beaucoup traité dans la presse quotidienne et généraliste durant la décennie 1980. En comparaison, les ordinateurs sont un thème bien plus présent. Nous pouvons penser que les jeux vidéo sont perçus comme des jouets ou bien alors comme une « entrée de gamme » de l'informatique, et de ce fait, ils ne sont pas le centre des intérêts de la société qui découvre davantage l'ordinateur et cherche l'utilité quotidienne de ce genre de machine. En outre, la crise américaine de la fin d'année 1983 vient interrompre la curiosité pour ces nouveaux jeux. Par exemple, en 1984, dans *Le Guide des technologies de l'information*, publié par *Télérama* et *Autrement*, un des articles s'intitule « *Bye bye les jeux vidéo* »[1679]. Cette industrie est vue comme n'ayant aucun

[1679] Le Diberder (Alain et Frédéric), *L'univers des jeux vidéo*, la Découverte, Paris, 1998, 274 p. ; p. 10.

avenir, et les jeux vidéo comme des jouets passés de mode. De ce fait, ils ne valent plus la peine d'être étudiés.

Néanmoins, sporadiquement, les jeux vidéo font l'objet d'articles, notamment lors de la sortie d'un jeu qui crée l'événement. C'est le cas de *Captain Blood* en 1987 qui enthousiasme *France Soir* ou *Science et vie Micro*[1680], de la console Nes qui a le droit à un article dans l'*Express*, ou bien encore de *Sim City* parrainé par *L'Evénement du jeudi*[1681].

La première moitié des années 1990 : un sujet en expansion

La première moitié de la décennie 1990 se caractérise par l'augmentation de la fréquence des articles liés aux jeux vidéo. On note une double volonté contradictoire d'aborder ce loisir. Un côté versatile qui provient du fait que se sont les mêmes publications qui publient des diatribes contre les jeux vidéo et qui se penchent dans le même temps, et de manière intéressée, sur l'actualité et le développement de ce secteur.

Ainsi, il y a des articles au ton plutôt négatif sur les jeux vidéo, qui tentent d'analyser leurs bienfaits ou leurs méfaits. Ils visent à répondre, voire à diffuser les inquiétudes des adultes vis-à-vis d'un loisir qui connaît un grand engouement chez les enfants et les adolescents. Les sujets sont alors centrés sur l'épilepsie, la violence, la dépendance, la solitude et l'isolement ou les répercussions psychologiques sur les enfants[1682]. Par exemple, le magazine *Prima* en septembre 1992 publie un article intitulé *Jeux vidéo, l'enfer à la maison*. Un quotidien comme *Le Monde* suit les actualités qui concernent un sujet comme l'épilepsie et les jeux vidéo. Le 5 août 1993, le quotidien donne les recommandations d'usages :

[1680] Ichbiah (Daniel), *Bâtisseurs de rêve : enquête sur le nouvel eldorado des jeux vidéo*, Paris, First Documents, 1997, 430 p. ; p. 118.
[1681] *Ibid*. p. 168.
[1682] La psychologie et les psychologues sont partis intégrante de ce type d'articles. Il est aussi à noter que certaines presses, comme la presse spécialisée dans la famille, propose des articles qui distillent des conseils aux parents sur les règles à adopter pour réguler la pratique et l'usage des jeux vidéo. Généralement, et paradoxalement, des conseils sur les choix des jeux ne sont pas donnés. Fichez (Elisabeth), Noyer (Jacques), *Construction sociale de l'univers des jeux vidéo*, Villeneuve-d'Ascq, Université Charles de Gaulle-Lille 3 : Collection UL3 : travaux et recherches, 2001, 173 p. ; p. 84 - 86.

« L'avertissement recommandera de jouer dans une pièce bien éclairée, de faire une pause de dix à quinze minutes toutes les heures et d'éviter l'utilisation en cas de fatigue ou de manque de sommeil. Les parents seront invités à être attentifs " même si le sujet n'a aucun antécédent médical ". Ces dispositions, qui ont été prises à la suite de la trentaine de cas d'épilepsie recensés par la commission de la sécurité des consommateurs »[1683].

D'autres chroniques abordent les jeux vidéo comme des nouveaux jeux qui s'enracinent dans la société. Par exemple, Annie Kahn signe un article dans *Le Monde* intitulé la *victoire des jeux électroniques* qui peut montrer le succes public de ce loisir :

« QUAND on a entre huit et vingt-cinq ans, il y a longtemps que l'on ne croit plus au Père Noël. En revanche, les yeux rivés sur l'écran de télévision, les doigts crispés sur la manette de jeux, on frémit encore pour tenter de délivrer Zelda, on se bat pour Mario et Luigi, les Mario Brothers, héros du plus célèbre des jeux électroniques où l'on tente, des heures durant, d'empiler des cubes, pour améliorer son score. »[1684]

De même, le développement économique de l'industrie fait l'objet d'actualité, comme lorsque l'éditeur français Infogrames entre en bourse :

« l'un des principaux éditeurs français de logiciels de jeux électroniques, s'apprête à entrer en Bourse, sans doute dans la deuxième quinzaine de juillet, avec le concours du cabinet lyonnais d'ingénierie financière Europe Finance et industrie (EFI), dirigé par Louis Thannberger. Cette ouverture au public sera précédée, avant la fin juin, d'un renforcement des fonds propres pour un montant de 10 millions de francs. »

Toutefois, dans le cadre économique aussi, certains articles adoptent un ton négatif envers les jeux vidéo. C'est surtout perceptible vers 1992 et 1993. Nous

[1683] « Une trentaine de cas recensés Mise en garde contre les risques d'épilepsie liés aux jeux vidéo » dans *Le Monde*, 5 août 1993, http://www.lemonde.fr/web/recherche_breve/1,13-0,37-457191,0.html?xtmc=jeux_video&xtcr=32

[1684] Kahn (Annie), « La victoire des jeux électroniques » dans *Le Monde*, 21 décembre 1990, http://www.lemonde.fr/cgibin/ACHATS/acheter.cgi?offre=ARCHIVES&type_item=ART_ARCH_30J&objet_id=672253&xtmc=jeux_video&xtcr=127

notons deux types d'article de ce genre. Il y a ceux qui se font l'écho d'une inquiétude fasse au succès de ces jouets venus du Japon. En mars 1992, nous pouvons lire par exemple dans *Le Monde* :

« LE premier chiffre réconforte, le deuxième inquiète. Si 1991 a permis aux fabricants français de jouets d'accroître leurs exportations de 10,6 % (atteignant 2 milliards de francs), l'année aura vu parallèlement les importations se gonfler de 25,8 % (7,7 milliards de francs), dopées par l'engouement des enfants _ et de leurs parents _ pour les jeux vidéo. Les écrans et leurs logiciels ont pénétré fortement un marché très compartimenté, selon les tranches d'âge et les produits. Perceptible en 1990, l'attrait des consoles vidéo s'est amplifié l'an dernier et chacun s'interroge sur sa durée. »[1685]

Ensuite, il y a les articles qui notent que les consoles sont des machines sur le déclin, qui vont être remplacées par les ordinateurs et les CD-ROM.

« La console de jeux vidéo, reine du monde ludique depuis une dizaine d'années, perd de sa suprématie. Le temps d'un Salon, la voilà détrônée par les dernières nouveautés, les supports CD-ROM ou la machine multimédia, plus puissants et pluridisciplinaires. Au royaume des jeux vidéo, le Gameboy Nintendo et la Gamegear Sega ne seront bientôt plus qu'un souvenir, tant les deux petites consoles portables apparaissent désuètes face à la nouvelle concurrence »[1686]

Selon nous, ces articles montrent que les jeux vidéo ne sont qu'une mode. Ils ont pour but de rassurer les professionnels fasse à une concurrence venue du Japon, mais aussi les parents en leur montrant que la jeunesse se lasse de ces jeux qu'ils ne comprennent et ne maîtrisent pas. Ils apparaissent parfois comme méprisant envers un loisir en plein expansion, et ils sont aussi susceptibles de contenir un certain nombre de clichés.

[1685] Gallois (Dominique), « Les ravages des consoles » dans *Le Monde*, 29 mars 1992, http://www.lemonde.fr/cgi-bin/ACHATS/acheter.cgi?offre=ARCHIVES&type_item=ART_ARCH_30J&objet_id=402096&xtmc=jeux_video&xtcr=94

[1686] Monnard (Chrystel), « Le Salon international de la " High Tech " de loisirs, la console de jeux vidéo cède le pas à la machine multimédia » dans *Le Monde*, 30 novembre 1993, http://www.lemonde.fr/cgi-bin/ACHATS/acheter.cgi?offre=ARCHIVES&type_item=ART_ARCH_30J&objet_id=470142&xtmc=jeux_video&xtcr=8

La seconde moitié des années 1990 : les jeux vidéo deviennent un sujet récurent

Durant la seconde partie des années 1990, la presse généraliste commence à faire des jeux vidéo un sujet « habituel » et du quotidien. Lorsqu'on interroge les moteurs de recherche spécialisés dans les articles de presse, nous constatons que les réponses sont de plus en plus nombreuses à parti de 1996 et jusqu'à la fin de la période étudiée. Pour expliquer cet intérêt, nous pensons que c'est le résultat de l'arrivée dans le secteur de Sony qui est une grande entreprise de l'électronique de loisir. Cette entrée dans le jeu vidéo vient crédibiliser le secteur, et lui donner une importance qu'il n'avait peut être pas aux yeux de certains commentateurs. En outre, la puissance commerciale et la communication de cette société peuvent aussi encourager les rédactions à se pencher sur ce loisir. La proximité avec l'an 2000 peut être aussi une autre raison de cet engouement. Nous constatons qu'en plus des jeux vidéo, sont publiés des sujets sur les ordinateurs et l'informatique en général, et sur Internet.

Cette intérêt pour les nouvelles technologies se vérifient également par la création, dans certains quotidiens, d'une section spécifique aux multimédias (dans son ensemble), dans laquelle les jeux vidéo sont aussi abordés. C'est le cas, par exemple, de *Libération* dont la rubrique est publiée tous les vendredis, mais aussi celui du journal *Le Monde* qui ajoute un supplément au numéro du mercredi. Ce supplément se nomme *Le Monde Interactif*, et il est publié entre 1999 et 2001. Par la suite, il est dissout dans la rubrique « *technologies* » du site Internet du journal.

Globalement, la manière de traiter les jeux vidéo est plus ou moins identique d'un titre à l'autre. Nous retrouvons cette dualité entre des articles qui s'attachent à promouvoir l'industrie du jeu vidéo et à faire le jour sur une pratique qui concerne de plus en plus de personne, et des sujets polémiques.

Par exemple, dans un article de *Libération* sur un fait divers s'étant déroulé au Japon, nous pouvons lire :

« D'après les témoignages, le jeune meurtrier appartient à une famille apparemment sans histoires. «C'est un enfant plutôt timide, qui dit toujours bonjour»,

a confié un voisin. «Il venait souvent chez nous jouer avec notre fils à des jeux vidéo», a expliqué un autre. «Il sait être très drôle.» Le gamin était passionné de mangas (BD) violentes, ce qui n'a rien d'original au Japon, et collectionnait les couteaux. Selon ses professeurs, il était très dissipé mais cela ne l'empêchait pas d'avoir de bonnes notes. »[1687]

L'évocation des passions du meurtrier pour le jeu vidéo et les bandes dessinées peut amener les lecteurs à se poser la question de savoir s'il y a un lien de cause à effet entre son geste et ses loisirs.

A côté de ce type d'article, il y a une vraie présentation du monde des jeux vidéo. Par exemple, pour reprendre le même quotidien, nous relevons un article sur le duel entre Sega et Sony et leurs consoles *Dreamcast* et *Playstation 2*. A propos de la *Dreamcast*, le journaliste écrit :

« Les premiers jeux que Sega consent à montrer à la presse démontrent très clairement la supériorité de la Dreamcast sur les autres consoles aujourd'hui disponibles: images de haute résolution, rapidité des temps de chargement, gestion en temps réel d'une 3D totale sans scintillement de polygones, etc. Les nouvelles aventures de Sonic le hérisson, notamment (emblème maison qui est à Sega ce que Mario est à Nintendo), profitent à fond de cette montée en puissance: rapide jusqu'à la fulgurance et d'une nervosité extrême, le gameplay mis au point pour ce jeu est un modèle de séduction speed, très frimeur en effets lumineux, transparences, reflets aqueux, toutes choses réputées rétives à la mise en synthèse. »[1688]

D'un point de vue général, si on regarde les trois grands quotidiens que sont *Le Figaro*, *Le Monde* et *Libération*, nous constatons qu'ils ont une manière similaire de parler des jeux vidéo. Les mêmes sujets se retrouvent à peu près au même moment.

[1687] Amaoua (Frédérique), « *Monde* : SPECIAL HONG-KONG. Japon: Kobe sous le choc du lycéen tueur. Le meurtrier de l'enfant, décapité le 24 mai, n'a que 14 ans. » dans *Libération*, 30 juin 1997, http://www.liberation.fr/monde/0101217658-special-hong-kong-japon-kobe-sous-le-choc-du-lyceen-tueur-le-meurtrier-de-l-enfant-decapite-le-24-mai-n-a-que-14-ans

[1688] Seguret (Olivier), « *Ecrans* : Sega-Sony, le Mortal Kombat. La nouvelle Dreamcast et la future PlayStation II révolutionnent l'univers des jeux vidéo. Leur virtuosité technologique marque l'entrée des consoles dans une nouvelle ère. » dans *Libération*, 12 mars 1999, http://www.liberation.fr/ecrans/0101276576-sega-sony-le-mortal-kombat-la-nouvelle-dreamcast-et-la-future-playstation-ii-revolutionnent-l-univers-des-jeux-video-leur-virtuosite-technologique-marque-l-entree-des-consoles-dans-une-nouvelle-ere

Par exemple, en mars 2000, nous constatons qu'ils relèvent l'arriver de Microsoft dans le monde des consoles. *Libération* réalise un article le 11 mars intitulé « Console de jeux : Microsoft prépare la prochaine partie », *Le Monde*, pour sa part, écrit le 12 mars : « Microsoft va défier Sony sur les console de jeu. Enfin, *Le Figaro* possède deux articles dans son édition du 13 mars : « Jeux vidéo : Microsoft descend dans l'arène » et Microsoft défie les Japonais ».

Néanmoins quelques différences peuvent être constatées suivant la nature du journal. Un quotidien comme *Le Figaro*, conservateur, est davantage enclin à utiliser des termes inquiétants dans les titres de ses articles. En décembre 1998, il y a un article titré : « Jeux vidéo. La barbarie cachée » ou bien encore en 2001 : « La guerre meurtrière des jeux vidéo ». A l'opposé, un journal comme *Libération*, qui se veut progressiste, étudie les jeux vidéo et les nouvelles technologies en général sous un angle culturel, comme pour attester leur ancrage définitif dans la société. Par exemple, en 2001, Olivier Seguret signe « L'empire des simulacres » qui fait le lien entre jeux vidéo et art. Nous relevons entre autre :

« Mais le jeu vidéo se trouve être à l'intersection des techniques par lesquelles le virtuel gagne en qualité, en séduction, en raffinement, bref, en crédibilité. En trente ans d'existence, il s'est constitué une culture propre dont la virtualité est une grammaire fondatrice. Le simulacre forme toute l'énergie et la matrice du jeu vidéo, qui dispose à ce titre de quelques longueurs d'avance dans le maniement toujours plus subtil des codes par lesquels le virtuel fonctionne. Ainsi, après s'être construits dans l'arrière-cour de la subculture ado, les personnages virtuels sont-ils en train de s'affranchir et de prospérer, investissant toutes les petites et grandes lucarnes offertes à nos pulsions scopiques et installant leur plastique en trompe-l'oeil, leur existence paradoxale, dans le paysage commercial, industriel, artistique, culturel ou juridique. »[1689]

Du point de vue de l'information liée aux jeux vidéo, nous trouvons qu'elle est traitée, plus ou moins de la même façon, que dans la presse spécialisée. Certains articles parlent d'un jeu précis, d'autres des consoles ou des performances

[1689] Seguret (Olivier), « L'empire des simulacres » dans *Libération*, 7 juillet 2001, http://www.liberation.fr/week-end/0101380257-l-empire-des-simulacres

économiques d'un des acteurs de l'industrie. D'ailleurs, nous avons relevé que quelques journalistes spécialisés écrivent pour *Le Monde* en 1996[1690]. Toutefois, la presse généraliste se différencie par le fait que les articles parlent principalement des jeux qui sortent dans le commerce ou qui sont sur le point d'être disponibles[1691]. Avec cette presse, il n'y a pas de déphasage entre la commercialisation d'un logiciel ludique et sa présentation dans les articles correspondants[1692]. En outre, à la fin de la période étudiée, nous pouvons noter des articles plus intellectuels, que l'on ne retrouve pas dans la presse spécialisée, et qui s'attachent à analyser les jeux vidéo comme une nouvelle pratique de loisir et une nouvelle culture.

Conclusion : les jeux vidéo de plus en plus présents dans la presse généraliste

Si les jeux vidéo apparaissent dans la presse généraliste durant la décennie 1980, c'est surtout à partir des années 1990 qu'ils deviennent un sujet récurrent. Cet intérêt résulte de la proximité de l'an 2000 qui ravive les curiosités pour les nouvelles technologies, mais aussi le développement d'Internet et de l'informatique. L'arrivée dans le secteur des multinationales que sont Sony et Microsoft est également un point qu'il faut prendre en considération.

Si certains articles posent des questions sur la dangerosité de ces jeux, voire prennent un ton volontairement polémique, d'autres apparaissent comme positifs. Précisons qu'il ne semble pas y avoir de prédispositions particulières à aborder les jeux vidéo de telle ou telle façon. Ces deux types d'articles se retrouvent dans les quotidiens ou les magazines. Ainsi, un même journal peut se faire l'écho des peurs suscitées par les jeux vidéo, ou publier un article polémique les mettant en cause, puis diffuser des articles qui font plus ou moins leur promotion auprès du public.

[1690] C'est le cas de Jean-François Morisse (qui a officié en tant que rédacteur en chef du mensuel *Joypad*), en mars 1996 qui signe un article sur les jeux Sega adapté sur *PC*, mais aussi de Jean-Michel Blottière, ancien rédacteur en chef de *Tilt*, qui réalise, en septembre 1996, un article sur le personnage de Mario. Voir : Morisse (Jean-François), « Sega adhère au PC » dans *Le Monde*, 31 mars 1996, http://www.lemonde.fr/cgi-bin/ACHATS/acheter.cgi?offre=ARCHIVES&type_item=ART_ARCH_30J&objet_id=206133&xtmc=sega_adhere_au_pc&xtcr=1 ; Blottière (Jean-Michel), « Mario, le retour » dans *Le Monde*, 8 septembre 1996, http://www.lemonde.fr/cgibin/ACHATS/acheter.cgi?offre=ARCHIVES&type_item=ART_ARCH_30J&objet_id=224819&xtmc=mario_le_retour&xtcr=49

[1691] Robby, « Les jeux vidéo français séduisent le monde entier » dans *Joypad*, n°27, janvier 1994, p. 144 col. 2.

[1692] Contrairement à la presse spécialisée qui évoque les jeux durant leur développement, et qui peut réaliser plusieurs articles sur ces derniers avant leur commercialisation.

Ces derniers présentent un domaine en croissance, qui s'ancre de plus en plus dans la société et dans la culture des jeunes. Dans le traitement de l'information, on peut remarquer que l'actualité est souvent abordée, avec divers renseignements sur le secteur (chiffres économiques, joueurs, actualité d'un acteur de l'industrie). Néanmoins, la presse généraliste commence à se détacher de la presse spécialisée, en proposant de plus en plus des articles d'analyses et de réflexions sur cet univers ludiques.

Au-delà de la période étudiée, la presse généraliste continue de se faire l'écho de ce monde numérique. Les jeux vidéo sont définitivement un sujet qui compte lorsqu'il faut aborder les loisirs des français et de la jeunesse, mais aussi un objet culturel issu des nouvelles technologies.

b) Les jeux vidéo à la radio et à la télévision

Avec ce paragraphe, nous entendons analyser comment la radio et la télévision traitent, participent et accompagnent le phénomène des jeux vidéo et son développement dans la société française. Nous les couplons dans une même partie car elles ont une manière identique de traiter ces jeux numériques. Les premiers programmes consacrés aux jeux vidéo apparaissent dès le début des années 1980. Ils peuvent se diviser en deux grandes catégories, entre ceux qui sont dédiés exclusivement à ce nouveau loisir et ceux qui ne le sont pas. De plus, ils sont centrés sur l'actualité et la commercialisation des nouveaux jeux, même si quelques émissions généralistes consacrent des débats et des réflexions sur ce thème.

Les jeux vidéo à la radio

A la radio, une multitude de programmes parle de jeux vidéo[1693]. Ces émissions sont quelquefois parrainées par un magazine spécialisé[1694] et elles peuvent même faire intervenir l'un des membres de sa rédaction, afin qu'il présente à l'antenne les jeux et les dernières actualités[1695]. L'information est centrée sur les jeux du moment et sur les prochaines commercialisations. De ce point de vue, la radio aborde le sujet comme le fait la presse écrite spécialisée. On peut noter que cela provient certainement de l'externalisation des chroniques qui sont déléguées, le plus souvent, à une tierce personne réputée spécialiste, faisant partie du milieu des journalistes de jeux vidéo. Cette proximité avec les rédactions des magazines spécialisés fait que la radio ne se distingue pas et qu'elle n'instaure pas son propre ton pour parler de ce sujet. Elle se contente de reprendre et de suivre des formules éculées, instaurées par la presse dédiée aux jeux vidéo.

[1693] Soulignons que l'abondance des émissions est visible dès le début des années 1980. Ainsi, de nombreuses stations proposent des émissions dans lesquelles les jeux vidéo et la micro-informatique sont abordés. Certaines sont exclusivement centrées sur le sujet, tandis que d'autres parlent aussi de la vidéo (films sur cassette VHS). Dans son numéro 5 datant de mai/juin 1983, *Tilt* indique à un lecteur les horaires de quelques émissions. Le journal en a sélectionné sept. « *Cher Tilt* : radios » dans *Tilt*, n° 5, mai/juin 1983, p. 98 col. 4.

[1694] C'est le cas de *Joystick* qui collabore à la fin de l'année 1992 à l'émission *Vidéo game news* sur RTL, ou bien encore de *Joypad* en 1997, avec l'émission *Plug-in* également sur RTL. Voir : « Publicité » dans *Joypad*, n°13, octobre 1992, p.119. ; « *Sommaire* : *Joypad* sur RTL *avec Plug-in* » dans *Joypad*, n° 68, octobre 1997, p. 6 col. 3.

[1695] Par exemple, *Joypad* annonce en novembre 1992 et en mai 1993, qu'Alain Huyghues-Lacour intervient dans les émissions *Kids Infos Joypad* sur Sud Radio, et *Console vous* sur la station Tour Eiffel. Voir : « *Kids Infos Joypad sur Sud Radio* » dans *Joypad*, n° 14, novembre 1992, p. 5. ; « *Infos, news/previews* : Tour Eiffel 95.2 (radio) » dans *Joypad*, n° 20, mai 1993, p. 10.

A partir de notre lecture de la presse spécialisée ou des différents forums en ligne, nous pouvons nous rendre compte qu'aucune émission de radio ne marque les journalistes ou les joueurs durant la période étudiée. Contrairement à la presse écrite ou à la télévision, la radio est un media absent des discussions entre les « internautes » et notamment celles qui concernent leurs souvenirs de joueurs. De cette manière, il semble qu'il n'existe pas d'émissions phares de radio ayant été le rendez-vous incontournable des passionnés. Pour expliquer cela, nous pouvons regarder la place qu'occupe ce média dans les pratiques culturelles des français.

A l'échelle globale de la société, l'écoute de la radio a peu progressé entre la période 1973 et 2003, comme le montre le tableau 1. La part des auditeurs réguliers, écoutant la radio plus de 20 heures par semaine passe de 29% à 32%.

Tableau 3.1 : Evolution de l'écoute de la radio (en %)[1696]

Date de l'enquête	1973	1981	1988	1997	2003
Ensemble	29	29	31	33	32

Cependant, si l'on regarde cette même donnée via le prisme des classes d'âge, nous pouvons nous apercevoir que ce média est davantage celui des « adultes » que celui des jeunes (tableau 3.2).

Tableau 3.2 : Evolution de l'écoute de la radio selon la classe d'âge[1697]

	1973	1981	1988	1997	2003
15-24	-	27	31	25	23
25-34	-	31	32	34	34
35-44	-	33	34	37	34
45-54	-	31	33	34	36
55-64	-	26	29	42	35
65-74	-	26	26	31	34

[1696] Donnat (Olivier), Lévy (Florence), « *Tableau 13 – évolution de l'écoute de la radio* » dans *Approche générationnelle des pratiques culturelles et médiatiques*, Ministère de la culture et de la communication, mars 2007, 32 p. ; p. 22 col. 1. http://www.pratiquesculturelles.culture.gouv.fr/doc/Cprospective07_3.pdf
[1697] *Ibid.*

75 et plus	-	19	28	20	23

Chez les 15-24 ans, il y a une régression entre 1981 et 2003, puisque le pourcentage passe de 27% à 23%. Selon l'analyse générationnelle proposée par le Ministère de la culture et de la communication, la radio recrute pour partie « chez les actifs et certaines catégorie professionnelle en particulier (chez les artisans par exemple) »[1698]. L'étude note « un effet d'âge positif lié à leur augmentation au moment de la retraite. Cet effet d'âge tend à prendre de plus en plus d'importance au fil des années, accentuant le contraste entre des jeunes peu attirés par la radio et des auditeurs réguliers plus âgés »[1699].

Ce décrochage de la jeunesse se remarque également en regardant les données relatives à la durée d'écoute par semaine de la radio entre 1997 et 2008 (tableau 3). Cette donnée baisse, non seulement d'une manière générale, mais elle est surtout visible chez les individus âgés entre 15 et 34 ans[1700].

Tableau 3.3: Durée d'écoute de la radio (en heure par semaine)[1701]

	1997	2008
15 à 19 ans	13	9
20 à 24 ans	17	10
25 à 34 ans	18	13
35 à 44 ans	18	17
45 à 54 ans	20	16
55 à 64 ans	20	16
65 ans ou plus	17	17
Ensemble	18	15

[1698] *Ibid*. p. 21 col. 2.
[1699] *Ibid.*
[1700] Selon Olivier Donnat, cette baisse générale est imputable à la concurrence d'Internet et des nouvelles façons d'écouter de la musique et de s'informer en ligne. En moyenne, sur cette période, les Français consacrent deux heures de moins à l'écoute de la radio. Donnat (Olivier), « *Les pratiques culturelles des Français à l'ère numérique, éléments de synthèse 1997 – 2008* », Ministère de la culture et de la communication, mais 2009, 36 p. ; p. 4 col. 2 http://www.pratiquesculturelles.culture.gouv.fr/doc/08synthese.pdf
[1701] http://www.insee.fr/fr/themes/tableau.asp?reg_id=0&ref_id=NATTEF05465

Pour notre sujet, nous devons nous intéresser principalement aux 15-24 ans qui sont le cœur de cible de l'industrie des jeux vidéo durant la période que nous étudions. Nous pouvons remarquer qu'ils sont les moins adeptes de la radio. Cette tendance peut venir expliquer pourquoi les émissions sur les jeux vidéo n'ont pas laissé d'empreinte dans les souvenirs des joueurs. Surtout que le traitement de l'information, identique à la presse spécialisée, ne doit pas pousser les passionnées à allumer leur poste radiophonique. D'ailleurs, nous pouvons nous poser la question de savoir si ces programmes sont suivis. Nous n'avons aucune indication sur ce sujet. La presse spécialisée ne fait que relayer les horaires des émissions, sans jamais faire de reportage sur ces dernières. Il en est de même sur Internet où il n'y a pas eu d'archivage numérique des émissions de radio. Nous pouvons émettre l'hypothèse que ce type d'émission possède une audience confidentielle et qu'elle ne trouve pas son public malgré les différentes tentatives des grandes stations.

Les jeux vidéo à la télévision

Pour ce qui est de la télévision, deux grandes tendances se dégagent des différentes émissions proposées autour des jeux vidéo. La première se classe dans la catégorie des jeux télévisés. Dans ce genre d'émission, il n'est pas véritablement question des jeux vidéo et de leur univers. Toutefois, elles les font intervenir soit directement avec des affrontements de candidats autour de logiciels ludiques, soit le concept du jeu ou sa mise en œuvre fait implicitement référence aux jeux vidéo. Dans le premier cas, nous pouvons citer les émissions *Super Champion* sur la chaîne TMC en 1982[1702], *Super Défi* (à l'été 1983 sur TF1), *Microludic* (en 1984 sur TF1), mais aussi des émissions qui possèdent de telles séquences comme *Micro Kid's* (sur France 3 à partir de 1991) ou *Televisator 2* (sur France 2).

Dans le second cas, on note, d'une part des programmes dont le concept repose sur l'interactivité et l'interaction entre le téléspectateur et la télévision au moyen notamment du téléphone[1703]. Les participants doivent ainsi appuyer sur la touche

[1702] « *Tilt journal* : rencontres » dans *Tilt*, n° 2, novembre/décembre 1982, p. 10 col. 1.
[1703] Notons que la télévision tente, durant notre période d'étude, quelques expérimentations pour se rendre interactive. En plus de ces jeux qui prennent exemple sur les jeux vidéo, d'autres programmes proposent de faire intervenir les téléspectateurs de chez eux, à divers moments, au moyen, entre autre, de boîtiers (pour les jeux

adéquate au bon moment selon l'action qui se déroule à l'écran. Deux programmes fonctionnent sur ce principe, à savoir *Hugo Délire* diffusé à partir de 1993[1704] sur *France 3* et *Pizzarollo* sur *Canal +*[1705] (débuté en 1995). D'autre part, quelques jeux télévisés utilisent des décors (filmés ou créés) et des incrustations virtuelles, générés au moyen d'un ordinateur[1706]. C'est le cas des émissions *Le Grand Labyrinthe* (TF1, 1983), *Le Chevalier du Labyrinthe* (1990, *Antenne 2*) ou bien encore de *Presse Citron (*1995, *France 3)*.

Second type d'émission, celui dédié aux jeux vidéo, orienté vers les actualités et les tests des logiciels ludiques. Ce type d'émission est le plus fréquent à la télévision et il peut se trouver sous la forme d'un programme à part entière, voué aux jeux vidéo ou bien être une séquence intégrée à une émission plus globale. Dans les émissions dédiées aux jeux vidéo, nous pouvons citer *Mega 6* (entre 1994 et 1995 sur la sixième chaînes française) mais aussi, et surtout, *Micro Kid's*. Cette dernière, que nous avons évoquée plus haut, est diffusée sur la troisième chaîne entre 1991 et 1997[1707]. Il s'agit d'une émission présentée par Jean-Michel Blottière et une animatrice[1708] qui possède deux parties distinctes. L'une est une confrontation entre deux équipes de candidats, l'autre tourne autour des tests, de reportages, d'entrevues et d'actualités sur les jeux vidéo[1709]. L'émission est aussi connue pour son générique de fin réalisée avec des « démos »[1710]. *Micro Kid's* s'adresse aussi bien au grand public qu'aux joueurs fanatiques et c'est probablement le programme télévisé le plus emblématique du jeu vidéo dans le paysage audiovisuel français, durant la période que nous étudions. C'est, en tout cas, celui qui a le plus marqué les joueurs.

---

télévisés), de figures magnétiques (une émission pour enfant durant les années 1980) et même de jouets (avec la série *Captain Power* qui date de 1988). Néanmoins, tous ces essais sont limités et finalement peu interactifs.

[1704] Jolivart Bernard, *Les jeux vidéo*, Paris, PUF, 1994, 128 p. (coll. «*Que sais-je?»)*; p. 94.

[1705] « *News Pad* : *Canal +* embauche des livreurs de pizzas » dans *Joypad*, n° 40, mars 1995, p. 32 col. 1.

[1706] Notons également sur ce principe *Pixi Foly*, un programme de jeunesse diffusé entre 1983 et 1984 sur TF1 dans le cadre de l'émission *Vitamine*. Les animateurs sont mis en scène dans des aventures prenant place dans l'univers des jeux vidéo. Les décors de l'émission sont réalisés à l'aide de l'ordinateur (avec une palette graphique) et ils sont incrustés ensuite à l'écran à l'aide d'un fond bleu. Notons que le conseiller en jeux vidéo de l'émission est Jean-Michel Blottière de *Tilt*. Voir : « Coulisses, Images en folies » dans *Tilt*, n° 9, janvier/février 1984, p. 70 col. 1. ; http://www.abandonware-videos.org/affiche_vid.php?vid=11&page=presentation

[1707] Il faut noter que les journalistes de *Tilt* (puis *Consoles +*) concourent à l'élaboration de l'émission.

[1708] A partir de 1995, les animateurs sont remplacés par un animateur virtuel et la partie qui voit s'affronter des candidats est supprimée.

[1709] Elle propose aussi des classements des meilleurs jeux et des astuces. « *Tilt* à la télé » dans *Tilt*, n° 92, juillet/août 1991, p. 4 col. 2.

[1710] Rappelons qu'une « démo » est un programme informatique à vocation artistique. Voir lexique p. 6.

Parmi les émissions qui ne sont pas spécialisées dans les jeux vidéo, mais qui comportent néanmoins un segment sur cet univers, il y a tout d'abord des émissions qui font partie des programmes jeunesses. C'est le cas, durant les années 1980, des diverses émissions de Patrice Drevet comme le *Mini Journal de Patrice Drevet* (TF1), ou *Drevet vend la mèche* (sur la troisième chaîne). Il en est de même dans *Televisator 2*[1711], *Recré Kids* (TMC) ou le *Club Dorothée*[1712] (TF1). A celles-ci viennent s'ajouter d'autres émissions, tournées vers un public plus large, comme *Cyber Flash*[1713] et *Cyber Culture*, deux productions de la chaîne *Canal +,* mises à l'antenne dans la seconde moitié des années 1990, et qui traitent de l'actualité du multimédia, de l'informatique et des jeux vidéo.

Les émissions que nous venons de mentionner sont des programmes réguliers[1714] mais la télévision a aussi créé des émissions spéciales autour des jeux vidéo comme *La nuit des jeux vidéo,* présentée en novembre 1993 par France 3[1715]. Il est à noter que certains de ces programmes sont réalisés avec le concours de membres de la presse écrite spécialisée et notamment les journalistes des magazines *Tilt* et *Player One*.

En outre, notons la création d'une chaîne thématique consacrée au jeu vidéo et au multimédia. Nommée dans un premier temps *C :*, elle appartient au groupe Canal + qui la lance en 1996 sur son bouquet de télévision par satellite[1716]. En 1998[1717], l'éditeur de jeu Infogrames entre dans le capital de la chaîne qui est alors renommée

[1711] *Televisator 2* est une émission présentée par Cyril Drevet (produite par son père Patrice) alors journaliste à *Player One*. Elle tourne autour des jeux vidéo (actualités, tests, concours) et de dessins animés. La première est diffusée en mars 1993. « *Stop Info* : *Player One* sur France 2 » dans *Player One*, n° 29, mars 1993, p. 8 col. 2.
[1712] Le *Club Dorothée* est une émission crée en 1987 qui règne sur le créneau des émissions de jeunesse (en terme d'audience) durant une décennie. Elle marque toute une génération de téléspectateurs de par ses animateurs et les dessins animés japonais qui y sont diffusés. La rubrique jeu vidéo apparaît toutefois lors des dernières années du programme (entre 1995 et 1997). Voir p. 43.
[1713] *Cyber Flash* est une émission qui a la particularité d'être présentée par une animatrice virtuelle, en images de synthèse, répondant au nom de Cléo.
[1714] Notons que la liste des émissions indiquées n'est pas exhaustive et qu'il existe plusieurs autres programmes et séquences dédiées aux jeux vidéo.
[1715] « Publicité pour la première nuit des jeux vidéo » dans *Tilt*, n° 119, novembre 1993, p. 162.
[1716] Pour la recevoir, il faut donc s'abonner à Canal Satellite, soit 98 francs/15 euros par mois plus 45 francs/6,9 euros de location pour le décodeur. En outre, il est possible d'ajouter une option (50 francs/7,6 euros par mois) à *C :* nommé *C : direct*, qui permet de télécharger des jeux et autres utilitaires pour les ordinateurs *PC*. « *News* : *telex* : *C+ numérique* et *C :* » dans *Joypad*, n° 53, mai 1996, p. 14 col. 2.
[1717] « *Telex* : les nouveaux jeux télévisés » dans *Joypad*, n° 79, octobre 1998, p. 66 col. 1.

Game One[1718]. Ses programmes sont faits d'actualités, de reportages, de tests, de « clips » réalisés avec des vidéos de titres ludiques ou d'émissions relatives au cinéma et à la musique. Cependant, cette chaîne demeure assez confidentielle car elle est uniquement diffusée au moyen du câble et du satellite qui sont deux types de réception de la télévision faiblement développées dans les foyers durant la période étudiée.

Enfin, les publicités pour les logiciels ludiques sont le dernier type de programme lié aux jeux vidéo que diffuse la télévision. Elles forment une sorte de présence régulière de ce loisir dans le media télévisuel et elles permettent un ancrage quotidien. En outre, nous pouvons constater que la télévision participe à la promotion de ce loisir.

Lorsqu'on analyse les différentes émissions, au cours de notre période d'étude, on se rend compte d'une certaine évolution dans la manière dont la télévision parle des jeux vidéo. Le traitement de ce sujet est souvent identique à ce que fait la presse spécialisée. Néanmoins, nous pouvons noter qu'elle suit les évolutions de la société française.

Dans la première moitié des années 1980, la télévision participe à l'euphorie créée autour de l'informatique familiale, tout en évoquant le futur et un aperçu du 21e siècle. Les émissions sont à la fois ludiques et didactiques[1719] et le petit écran n'hésite pas à utiliser et à parler de ce nouveau loisir. Il est d'ailleurs souvent largement question de l'informatique et des ordinateurs qui sont présentés sous l'angle de l'apprentissage, du loisir et de l'utilité dans le quotidien.

A partir de la seconde moitié des années 1980 et jusqu'aux années 2000, la façon de parler des jeux vidéo change. La télévision les aborde à la fois sous l'angle des actualités, dont le traitement est plutôt superficiel, et sous celui de la promotion directe. Nous retrouvons les jeux vidéo dans des émissions jeunesses, ce qui tend à

[1718] Il est à noter qu'en 2001, Canal + se désengage de la chaîne en vendant ses parts à Infogrames qui, en 2003, la revend à son tour au groupe américain MTV. Ces changements sont souvent tumultueux et ils provoquent de nombreux départs dans l'équipe de la rédaction de la chaîne.

[1719] A ce sujet, il y a des programmes, tels que *Ordinal 1* (en 1984), qui traitent de l'informatique en général (programmation, présentation de programmes). « *Ordinal 1* sur TF1 » dans *Hebdogiciel*, n° 20, 24 février 1984, p. 1 col. 4.

montrer à la fois le succès chez les jeunes mais aussi qu'il s'agit d'un loisir leur étant exclusivement réservé. De plus, dans la seconde moitié des années 1990, l'inclusion des jeux vidéo dans les émissions sur le multimédia va de pair avec le développement du CD-ROM et le désir des industriels à pousser les individus à s'équiper en ordinateur multimédia.

Cependant, à partir des années 1990, elle développe un penchant assez alarmiste à propos de ce loisir qui, pour de nombreux joueurs, est vu comme une opposition frontale. Il faut souligner qu'à la même époque elle commence aussi à avoir un discours similaire à propos des *manga* et des dessins animés japonais, puis avec Internet au début des années 2000. Cela se caractérise dans les journaux télévisés ou les émissions généralistes par des débats et des reportages qui abordent des faits divers et des thèmes tels que la violence, l'addiction, les maladies et les répercussions des jeux sur les joueurs (et surtout sur les enfants et les adolescents). Nous pouvons donner deux exemples d'émissions qui ont déclenché l'indignation des journalistes de jeux vidéo.

La première est *La Grande Famille* diffusée sur Canal + qui consacre un sujet de dix minutes sur les jeux vidéo au début de l'année 1992. La rédaction de *Tilt* indique « qu'en fait de parler des jeux vidéos, le but de Jean-Luc Delarue semblait de mettre en garde les parents contre les multiples dangers de cette passion sulfureuse»[1720].

L'article décrit les diverses interventions et les commente sur un ton ironique. Sa conclusion est la suivante :

« vous l'aurez compris par vous-même, cette émission proposait une image particulièrement déformée et antipathique des jeux vidéo. Pour notre part, nous ne pouvons qu'exprimer notre total désaccord avec ce qui a été dit durant ces dix minutes et espérer qu'elles n'auront pas eu un effet trop néfaste sur les personnes curieuses de s'initier au monde des jeux vidéos »[1721].

[1720] Les rédactions de *Tilt* et *Consoles +*, « *Tilt Journal* : le jeu vidéo des familles » dans *Tilt*, n° 99, février 1992, p. 30 col. 1.
[1721] *Ibid.* p. 31 col. 2.

Nous pouvons voir que le problème concerne la perception du jeu vidéo en tant que loisir et la présentation de cet univers ludique qui est jugée comme fausse par les journalistes. Ils estiment qu'elle est faite de poncifs qui relient le jeu vidéo à la violence, à la drogue, au décrochage scolaire, au repli sur soi, à l'abandon d'autres passions ainsi qu'à l'inutilité de la pratique pour le développement de l'individu. Pour eux, elle donne une mauvaise image de leur passion et elle ne reflète pas la réalité de la pratique.

Second exemple, celui de l'émission *Bas les masques* présenté par Mireille Dumas qui, à la fin de l'année 1995, fait intervenir un passionné de jeux vidéo et de *manga*. Un journaliste de *Joypad* revient sur ce programme qui l'a profondément indigné. Pour lui :

« le problème est que notre sympathique amateur de rencontres nippones à Opéra est vite passé pour un attardé planqué dans les jupons de sa maman et qui fantasme sur les jeunes Japonaises […] Ce que je reproche à Mireille, c'est de présenter un mec en reportage qui adore les jeux vidéo, comme vous et moi, et qui fait aussi une fixette sur une héroïne de manga […] Mais cinq minutes après, le reportage et l'interview dévient sur le trafic de petites culottes […] Voilà pourquoi je remercie Mireille d'avoir, en un quart d'heure, fait passer les amateurs de jeux vidéo et de mangas soit pour des puceaux en manque, soit pour des crétins assoiffés de petite culottes japonaises »[1722].

Dans cet exemple, la source du mécontentement provient du profil du joueur et de sa présentation lors de l'émission. Le journaliste ne se reconnaît pas dans ce portrait et il souligne implicitement le caractère particulier du témoin. Il a aussi peur que l'ensemble des joueurs soit catalogué comme des personnes ayant des problèmes de comportement. En outre, il s'insurge contre l'amalgame fait entre des sujets qui n'ont rien en commun.

Ces deux exemples sont caractéristiques de ce traitement des jeux vidéo qui se concentre soit sur la pratique, soit sur la personnalité des joueurs. Il faut aussi noter

[1722] Olivier, « *News* : merci Mireille ! » dans *Joypad*, n°48, décembre 1995, p. 16 col. 2.

que les différents débats font intervenir principalement des joueurs (enfants, adolescents le plus souvent) et des psychologues. Les représentants de l'industrie ou les journalistes de la presse spécialisée n'y participent pas. Au début des années 2000, il aboutit à une sorte de double discours. En effet, la télévision oscille entre la promotion, la présentation des jeux vidéo et de leurs univers, et leur critique voire leur dénigrement. Pour expliquer cette dualité, nous pouvons d'abords préciser que le média télévisuel répond à une demande des annonceurs et de l'industrie des jeux vidéo, ce qui le pousse à faire leur promotion. De plus, elle peut s'adonner à ce genre d'écart pour cause d'audimat. Ensuite, nous pouvons essayer d'analyser cette tendance en replaçant la pratique de la télévision dans le cadre général. Nous constatons notamment que les 15-24 ans sont la classe d'âge qui passe le moins de temps devant la télévision, au contraire de celle des 60 ans et plus (voir tableau 3.4).

Tableau 3.4 : Evolution de l'écoute de la télévision (en %)[1723]

	1973	1981	1988	1997	2003
15-24	-	24	31	35	32
25-34	-	28	34	37	42
35-44	-	25	31	38	36
45-54	-	33	41	36	36
55-64	-	50	47	50	49
65-74	-	58	58	58	62
75 et plus	-	50	53	61	68

A partir de ces données, nous pouvons nous demander si la télévision ne se trouve pas prise entre deux publics. D'une part, les jeunes qu'elle tente de séduire en abordant un de leur loisir. D'autre part, les adultes qu'elle veut alerter, voire inciter à réguler cette nouvelle pratique, comme pour se montrer responsable. En outre, il y a à la fois une volonté d'accompagner l'émergence des jeux vidéo dans la société mais aussi celle de freiner leur développement, peut-être pour éviter de perdre des téléspectateurs. En effet, le jeu vidéo entre en concurrence avec la télévision puisque lorsqu'un individu joue, il ne la regarde pas.

[1723] Donnat (Olivier), Lévy (Florence), « *Tableau 12 – évolution de l'écoute de la télévision* » dans *Approche générationnelle des pratiques culturelles et médiatiques*, Ministère de la culture et de la communication, mars 2007, 32 p. ; p. 20 col. 2. http://www.pratiquesculturelles.culture.gouv.fr/doc/Cprospective07_3.pdf

Conclusion : deux medias en perte de vitesse chez les jeunes

La radio et la télévision traitent majoritairement des jeux vidéo comme le fait la presse écrite spécialisée, avec qui elle entretient des rapports puisque les journalistes des magazines de jeux sont souvent invités à réaliser les rubriques autour de ce loisir. Les intervenants donnent les dernières nouvelles de cet univers et ils délivrent leur avis sur les derniers logiciels ludiques commercialisés. Cependant, nous avons vu qu'elle évoque aussi ces jeux au sein d'émissions de débats ou d'actualités et qu'elle peut les présenter avec un ton alarmiste.

Soulignons que, par rapport à la presse écrite, ces deux médias s'avèrent être mineurs, voire marginalisés, dans le paysage médiatique des joueurs. De plus, de par leur portée, les émissions et les sujets proposés s'adressent principalement à un public large, plutôt qu'aux seuls passionnés. Les jeux vidéo sont un sujet qui parait ne pas avoir de place dans les grilles de programmes (à l'exception des publicités). En tout cas, leur place demeure restreinte. Nous pouvons y voir une certaine contradiction, dans la mesure où la télévision est un media qui, d'un point de vue général, progresse dans la société en termes d'écoute. Or, elle n'a pas de prise sur les joueurs qui restent attachés, comme nous le verrons, à la presse écrite dont le secteur est globalement en déclin.

Nous nous rendons compte que les jeunes générations sont de moins en moins captées par la radio et la télévision. Il n'est pas exclut de penser que ce comportement des joueurs (principalement des jeunes) préfigure la baisse de ces deux médias dans la société, au fur et à mesure du développement d'Internet et de la transposition de leur pratique au monde numérique (diffusion en flux continu de vidéo, écoute d'émissions radiophoniques en ligne).

c) La presse spécialisée

La presse constitue le principal media des jeux vidéo et la source essentielle d'informations pour les joueurs durant la période que nous étudions[1724]. Avec ce paragraphe, nous allons évoquer et présenter les différentes publications françaises qui traitent de jeux vidéo, en s'attardant sur les titres les plus marquants de la presse spécialisée. Nous parlerons également de la presse en ligne sur Internet que nous rangeons dans cette catégorie de magazines.

L'apparition des magazines spécialisés dans les jeux vidéo

La presse spécialisée dédiée aux jeux vidéo apparaît au début des années 1980, avec notamment deux magazines anglo-saxons lancés en novembre 1981, l'anglais *Computer and Video Games*[1725] et l'américain *Electronic Games*[1726]. En France, la première publication spécialisée dans ces nouveaux jeux est *Tilt*, dont le premier numéro date de la rentrée scolaire 1982 (numéro de septembre/octobre 1982). Au préalable, les jeux vidéo font parler d'eux épisodiquement dans la presse généraliste, mais aussi dans la presse vouée à l'informatique qui existe en France depuis 1966[1727]. Toutefois, alors que nous nous imaginions trouver dans ce dernier genre de publications des rubriques dédiées aux jeux vidéo, avec des actualités régulières et des tests des programmes ludiques, après dépouillement, il n'en est finalement rien. Ces magazines[1728], qui réalisent des tests de logiciels et surtout d'ordinateurs et

[1724] Il s'agit également du principal support de la publicité de l'industrie des jeux vidéo (avec néanmoins la télévision). Le Diberder (Alain et Frédéric), *L'univers des jeux vidéo*, la Découverte, Paris, 1998, 274 p. ; p. 151.
[1725] Ce magazine paraît de novembre 1981 à octobre 2004.
[1726] *Electronic Games* paraît entre 1981 et 1985.
[1727] Le premier magazine en France à être centré sur l'informatique se nomme *01 Informatique*. Edité par le groupe Test, son premier numéro paraît en mai 1966. Il s'agit d'un titre destiné avant tout aux professionnels, qui aborde des sujets liés à l'industrie et à l'entreprise, mais aussi parfois à l'université. Soulignons que cette publication précède le lancement du Plan Calcul (fin 1966) initié par Charles de Gaulle, sous l'impulsion de Michel Debré, afin de développer une industrie informatique française. Les intervenants du magazine sont ainsi des professionnels, des ingénieurs et des universitaires. Avec un tel magazine, nous pensions trouver quelques articles sur le développement des jeux vidéo sur les ordinateurs des universités américaines ou même l'évocation d'un phénomène équivalent dans les milieux de la recherche en France, mais le sujet n'est aucunement évoqué.
[1728] Pour le grand public, la presse informatique se développe à la fin des années 1970. L'un des premiers titres (si ce n'est le premier) se nomme *L'Ordinateur Individuel*, édité par le Groupe Test et dont le premier numéro date d'octobre 1978. A celui-ci, nous pouvons ajouter *Micro Systèmes* ou bien encore *Science et Vie*, qui aborde parfois l'informatique (notamment avec un hors série datant de 1973). Signalons, pour ce dernier magazine, l'apparition**,** en décembre 1983 de *Science et vie micro*, une publication dévouée à l'informatique, qui traite non seulement du matériel et du logiciel pour les particuliers, mais aussi réserve quelques articles aux jeux vidéo. Durant notre période d'étude, cette presse dédiée à l'informatique est principalement vouée au matériel (test

donnent des conseils aux lecteurs, ne prennent pas en compte les jeux vidéo. Les seuls programmes ludiques dont il est question dans leurs pages sont des jeux très simples, publiés sous forme de langage de programmation[1729]. Nous pensons que cette absence des jeux vidéo provient du fait qu'ils ne sont pas perçus comme une partie de l'univers informatique, mais plutôt comme des jouets.

De ce fait, avant l'apparition de *Tilt*, les jeux vidéo ne sont traités que partiellement et épisodiquement dans la presse française. Ce magazine leur offre une tribune et il répond également à une demande des joueurs de voir un organe de presse consacré à leur loisir. Avec le développement de ce segment de la presse, les jeux vidéo sont presque exclusivement « laissés aux mains »[1730] des publications spécialisées.

Caractéristiques générales

La presse française de jeux vidéo se compose de deux types de magazines avec, d'un côté, les revues généralistes et, de l'autre, des journaux spécialisés dans une marque. Par revues généralistes, nous entendons des magazines qui traitent dans leurs pages des jeux de toutes les plates-formes ludiques (jeux pour consoles et ordinateurs). Toutefois, se calquant sur la situation du marché français des jeux vidéo, les magazines généralistes sont orientés, jusqu'en 1990, davantage vers les jeux sur ordinateurs. Avec le retour des consoles en France, et surtout l'apparition en septembre 1990 du mensuel *Player One*, cette presse se scinde alors en deux groupes. L'un est dédié exclusivement aux ordinateurs tandis que l'autre est voué aux consoles. Quant aux magazines spécialisés, il s'agit de publications qui ne traitent que d'une marque précise de matériels de jeux. Ces derniers peuvent obtenir le statut de « magazine officiel » de la part du constructeur de machines et ainsi avoir

d'ordinateurs, de périphériques) et aux programmes en tout genre (hors jeux vidéo). Les publications peuvent traiter de ces deux thèmes ou bien être spécialisées dans l'un ou l'autre.

[1729] Rappelons que ces listes de programme (les *listing*) ont, non seulement pour but d'apporter aux utilisateurs d'ordinateurs de nouveaux logiciels, mais aussi de les familiariser avec la programmation.

[1730] Higuinen (Erwan), « Une critique à inventer » dans *Les cahiers du cinéma, spécial jeux vidéo*, septembre 2002, p. 7 col. 3.

quelques privilèges (utilisation des noms de la marque, informations exclusives, cadeaux[1731]).

Globalement, et nous aurons l'occasion de le voir et de l'approfondir, les magazines spécialisés en jeux vidéo sont assez semblables. Les lignes éditoriales, le ton employé, les rubriques proposées aux lecteurs, le prix ou le nombre de pages sont plus ou moins identiques d'un titre à l'autre. Durant notre période d'étude, les prix des différents journaux sont compris, durant les années 1980 et au début des années 1990, entre 15 et 25 francs (2,29 et 3,81 euros) puis dans une fourchette allant de 25 francs à 40 francs (3,81 à 6 euros), dans le seconde moitié des années 1990 et au début de l'an 2000. La pagination est de 100/150 pages pour un numéro classique mais, suivant les mois ou l'assise du titre sur le marché (et le soutien de son éditeur) elle peut augmenter. C'est presque toujours le cas en fin d'année où les magazines peuvent avoir entre 200 et 250 pages[1732]. Cette augmentation résulte à la fois de l'accroissement de la publicité et du nombre de pages dédiées au rédactionnel (notamment les tests des jeux)[1733]. Enfin, en ce qui concerne les tirages, les chiffres ne sont pas aisés à obtenir car leur publication dans « l'ours » est aléatoire. Cependant, d'après nos observations, nous pouvons indiquer que les magazines sont tirés environ entre 30 000 et 100 000 exemplaires par mois sur l'ensemble de la période d'étude[1734]. De la même façon, les chiffres de ventes sont des données rares qui ne sont pas divulguées la plupart du temps. Néanmoins, nous pouvons donner en exemple l'année 1993, où la diffusion totale payée de chaque magazine s'échelonne entre 35 000 et 60 000 exemplaires par mois[1735], d'après une étude de l'organisme O.J.D (Office de Justification de la diffusion)[1736]. Nous allons à

[1731] Par exemple, le *Playstation Magazine*, qui est le mensuel officiel dédié à la console *Playstation* de Sony, se voit fournir par le constructeur un disque de démonstration (contenant des versions de démonstration de jeux et des vidéos). Ce disque semble être acheté par le journal une dizaine de francs (1,5 euro environ) et il représente un véritable produit d'appel, un « plus », qui permet d'attirer les acheteurs et les joueurs. Gaultier (Pierre), « Interview de Christophe Delpierre » dans *Polygoneweb.online.fr*, décembre 2001, http://polygonweb.online.fr/chris.htm

[1732] Certains titres peuvent même dépasser les 300 pages, comme le numéro 22 de *Joystick* de décembre 1991 qui compte 324 pages. Néanmoins, cet exemple demeure tout à fait exceptionnel.

[1733] Nous parlons du ratio entre pages de publicité et rédactionnel p. 535.

[1734] Il y a donc des fluctuations suivant les années.

[1735] Ces chiffres obtenus sont une moyenne trimestrielle, où les numéros d'été ne sont pas comptabilisés. Kahn (Alain), Richard (Olivier), *Les Chroniques de Player One : 20 ans de jeu vidéo et de manga*, Boulogne-Billancourt, Pika Edition, 2010, 299 p. ; p. 184.

[1736] Il s'agit d'un organisme de contrôle de la diffusion des médias.

présent présenter les titres les plus marquants du secteur, en commençant par le premier d'entre eux, le magazine *Tilt*.

Le magazine Tilt

Tilt est une publication éditée par les Editions Mondiales, une importante société de presse, qui possède entre autres des titres grand public tels que *Télé Poche* ou *Auto Plus*. Le magazine paraît de septembre 1982 à janvier 1994 et, durant cette période, il est le leader de sa catégorie. Il est à noter qu'apparemment, lors de son lancement, une partie du rédactionnel provient du magazine américain *Electronic Games* avec lequel Les Editions Mondiales ont passé un accord[1737]. Le journal est dans un premier temps bimestriel, avant de devenir mensuel à partir du numéro 10, en mars 1984[1738]. Vendu à son lancement au prix de 15 francs (2,3 euros), il connaît des hausses successives de prix, liées notamment à des changements de maquette et à l'augmentation de la pagination[1739]. Le dernier numéro atteint ainsi le prix de 32 francs (4,9 euros). Au niveau de la diffusion, le tirage de *Tilt* passe de 45 000 exemplaires à environ 100 000 exemplaires entre le premier et le septième numéro[1740]. En 1989[1741], il est de 92 000 exemplaires, puis il atteint 120 000 exemplaires en 1991[1742]. En 1992[1743], et jusqu'au dernier numéro, le magazine est tiré à 135 000 exemplaires. Notons que ces chiffres concernent uniquement le nombre de magazines imprimés. Nous n'avons pas pu trouver les chiffres de vente. Toutefois, en janvier 1989, l'éditorial du journal donne une indication sur le nombre de personnes qui lit *Tilt*, en indiquant 82 000 lecteurs[1744]. Le mensuel voit se succéder deux rédacteurs en chef. Le premier se nomme Bruno Barbier. Il demeure à ce poste jusqu'au numéro 18 de janvier/février 1985. A partir du numéro 19 de

[1737] Meistermann (Nathalie), Scherer (Denis), « Top 50 » dans *Tilt*, n° 50, janvier 1988, p. 70 col. 1.
[1738] Barbier (Bruno), « *Edito* » dans *Tilt*, n° 10, mars 1984, p. 5.
[1739] Il est proposé entre autre à 16,50 francs (2,5 euros) en 1984, 17,50 francs (2,7 euros) au début de l'année 1985, 19 francs (2,9 euros) puis 20 francs (3 euros) en 1986, 22 francs (3,3 euros) en 1988, 25 francs (3,8 euros) en 1989, ou bien encore 28 francs (4,3 euros) puis 30 francs (4,6 euros) en 1992. Soulignons que le prix peut être plus important sur certains numéros comme ceux de fin d'année qui comportent plus de pages ou bien encore les numéros hors-séries. Voir : *Tilt* n° 10, 18, 28, 34, 57, 68, 101, 104.
[1740] Barbier (Bruno), « *Edito* » dans *Tilt*, n° 7, septembre/octobre 1983, p. 5.
[1741] « *Ours* » dans *Tilt*, n° 65, avril 1989, p. 4 col. 1.
[1742] « *Ours* » dans *Tilt*, n°96, décembre 1991, p. 4 col. 1.
[1743] « *Ours* » dans *Tilt*, n°105, septembre 1992, p. 161 col. 3.
[1744] L'éditorial ne précise pas si ce chiffre concerne uniquement les acheteurs du magazine ou s'il s'agit d'un ensemble de lecteurs. Rappelons que le nombre de lecteurs est plus élevé que le nombre d'acheteurs, puisqu'un numéro peut être lu par plusieurs personnes. *Tilt*, « *Edito* » dans *Tilt*, n° 62, janvier 1989, p. 4 col. 1.

mars 1985, lui succède Jean-Michel Blottière. Ce dernier, présent dès la création du journal, est la figure emblématique du mensuel, ainsi qu'une personnalité médiatique et représentative des jeux vidéo à la fin des années 1980 et au début des années 1990.

Tout au long de son existence, *Tilt* affiche des sous-titres comme :

« jeux électroniques » (uniquement pour le premier numéro)
« le magazine des jeux électroniques » (du n° 2 au n°9)
« micro/jeux/vidéo» (du n°10 au n°23)
« microloisirs » (du n° 24 au n°100)
« la passion de la micro » (du n°103 au n°117)

Ces sous-titres viennent plus ou moins indiquer les orientations du magazine et sa ligne éditoriale. Ainsi, lors de son lancement, il aborde l'ensemble des jeux vidéo, qu'ils soient sur consoles ou ordinateurs, mais aussi les échiquiers dit « électroniques », les flippers et les jeux électroniques (*Game and Watch*). La programmation tient aussi une place non négligeable. Avec le reflux des consoles, le journal s'oriente ensuite vers les ordinateurs et les loisirs qui y sont associés (programmation, graphisme). Au début des années 1990, il revient vers les jeux vidéo sur consoles avec le retour de ces machines en France mais, à l'occasion du centième numéro, en mars 1992[1745], Jean-Michel Blottière signale que *Tilt* se concentrera à l'avenir uniquement sur les ordinateurs. A côté du traitement des jeux vidéo, le magazine est à l'origine de quelques initiatives comme la création d'un club *Tilt*, de la sortie des magazines *Tilt bis*[1746], *Consoles* + et *PC Review*, de l'élaboration d'une cérémonie de récompenses, les *Tilt d'or*, ainsi que d'une émission de télévision, *Micro Kids*.

[1745] Blottière (Jean-Michel), « *Edito* » dans *Tilt*, n° 100, mars 1992, p. 4.
[1746] Il s'agit d'une publication dérivée de *Tilt* qui possède une ligne éditoriale identique. D'ailleurs, les rubriques sont les mêmes et le contenu est aussi similaire. Elle est lancée en fin d'année 1988, peut être pour pouvoir épauler *Tilt* face à l'afflux d'informations et de nouveautés dont le volume augmente traditionnellement à l'approche des fêtes de fin d'année. Cependant, le magazine s'arrête prématurément au bout de trois numéros, en raison principalement du manque de publicité (et donc de financement) selon le rédacteur en chef de *Tilt*. *Tilt*, « *Edito* » dans *Tilt*, n° 62, janvier 1989, p. 4 col. 1.

Le succès rencontré par *Tilt* tient, selon nous, non seulement à son caractère pionnier de la presse spécialisée dans les jeux vidéo, mais aussi au fait que le titre appartient à un groupe de presse important qui peut supporter le coût financier du lancement d'un tel magazine (voire de ce nouveau segment de la presse française)[1747]. Ceci lui permet de prendre assise sur le marché, de prospérer et de se constituer une base de lecteurs fidèles. D'autre part, le journal dispose d'un certain niveau et de qualités intrinsèques, d'un ton propre et d'une identité qui le distingue des autres magazines de jeux vidéo[1748] (notamment une identité visuelle avec, par exemple, des couvertures dessinées jusqu'au numéro 99)[1749]. De plus, durant les années 1980, il se caractérise par des réflexions et des articles d'analyse détaillés sur le secteur, sans équivalent chez la concurrence. Nous pouvons noter que le magazine perçoit les jeux vidéo comme faisant partie d'un ensemble de divertissements liés à l'ordinateur qu'il nomme les « microloisirs ». Ce terme, et ce qu'il suggère, peut être vu comme un synonyme du mot « numérique » qui apparaît à la fin de notre période d'étude avec le développement d'Internet. A notre avis, il indique que le magazine a saisi, dès les années 1980, la mesure des transformations qu'apporte l'informatique en termes de divertissements. Surtout, il comprend que c'est par le loisir que l'informatique se propagera dans la société et non pas par le monde du travail ou une supposée utilité dans la vie quotidienne (faire les comptes, écrire un courrier).

La disparition du magazine provient de deux facteurs, essentiellement, en plus de l'accroissement de la concurrence. Le premier s'apparente à une erreur de politique éditoriale. En effet, la création de *Consoles* + et de *PC Review* divise, selon nous, le lectorat du journal, surtout en ce qui concerne les passionnés de consoles. Or, les consoles connaissent, au début des années 1990, un engouement en France qui profite aux journaux spécialisés dans ces machines. De plus, dans le même temps, *Tilt* se recentre sur des ordinateurs (*Amiga*, *Atari ST*[1750]) qui sont en fin de vie

[1747] Il semble d'ailleurs que *Tilt* connaisse des moments difficiles lors de l'effacement des consoles de jeux du marché français des jeux vidéo au milieu des années 1980, en raison d'un manque de publicité. La rédaction, « 5 ans, *thank you* » dans *Tilt*, n° 50, janvier 1988, p. 3 col. 1.

[1748] Signalons que *Tilt* est l'un des seuls magazines à s'intéresser de façon approfondie à l'évolution et à la situation des entreprises françaises de jeux vidéo, dans la première partie des années 1980. De plus, il fait parfois preuve d'un certain chauvinisme (qui ne se répercute pas lors des tests de jeux).

[1749] Nous avons mis en annexe la majorité des « unes » du magazine. Voir annexe presse p. 171.

[1750] Il traite aussi du *PC*, une machine d'avenir, mais d'autres publications ont aussi pris position dans ce créneau et, surtout, au début des années 1990**,** il s'agit d'une machine encore élitiste.

commerciale. Implicitement, le magazine parie sur la prochaine génération d'ordinateurs de Commodore (l'*Amiga 1200*) et d'Atari (le *Falcon 030*) qui ne rencontrent pas le succès commercial escompté. Ainsi, le journal ne peut ni se reposer sur le lectorat intéressé par les consoles ou les ordinateurs *PC*, ni attirer de nouveaux lecteurs liés à ces systèmes de jeux. Deuxièmement, l'achat en 1994 des Editions Mondiales par le groupe anglais Emap est fatal au magazine[1751]. Malgré un accord en 1992 entre les deux éditeurs, perçu comme une opportunité de développement pour les magazines de jeux vidéo des Editions Mondiales[1752], Emap décide de mettre fin à *Tilt*, principalement en raison du manque de rentabilité du journal[1753]. En outre, il faut également mentionner dans les facteurs qui mènent à l'arrêt de la revue l'absence du rédacteur en chef, occupé à réaliser *Micro Kids*, mais aussi une baisse générale de sa qualité[1754].

Les autres magazines de jeux pour ordinateur

A côté de *Tilt*, d'autres magazines orientés vers les jeux sur ordinateurs parviennent à se faire une place dans ce secteur de la presse et à séduire les joueurs. Nous pouvons citer, par exemple, le singulier *Hebdogiciel*[1755] qui se

[1751] L'acquisition des Editions Mondiales par Emap est évaluée entre 710 et 801 millions de francs (entre 108 238 802 et 122 111 662 euros). Vulser (Nicole), « Emap rachète les Editions Mondiales et dix magazines du groupe Hersant » dans *Les Echos*, n° 16668, 17 juin 1994, p. 55. http://archives.lesechos.fr/archives/1994/LesEchos/16668-125-ECH.htm

[1752] Pour Jean-Michel Blottière cet accord, qui donne naissance à la société EM Images, doit permettre de répondre aux attentes des joueurs et des amateurs d'informatique de loisir. Ainsi, d'autres publications sont prévues et l'effet immédiat de l'entente est la mensualisation du magazine *PC Review*. Blottière (Jean-Michel), « *Edito* » dans *Tilt*, n° 103, juin 1992, p. 4.

[1753] Jean-Michel Blottière**,** dans son dernier éditorial**,** laisse transparaître sa déception, voire son aigreur (utilisation d'un vocabulaire familier et même injurieux) et donne comme raison de la mort de *Tilt* des mauvais choix éditoriaux (sans pour autant les préciser), la percée des consoles, les stratégies des partenaires, ou bien encore des raisons financières. En outre, deux interviews réalisées par le site Internet *Abandonware-Magazines.org* donnent quelques précisions. La concurrence a fait chuter les ventes de la publication qui**,** malgré sa position de leader, ne dégageait pas suffisamment de bénéfices (surtout comparé aux autres magazines du groupe). En outre, l'amertume de Jean-Michel Blottière peut aussi s'expliquer par le rejet de l'offre de rachat du magazine formulée par les salariés de *Tilt*. Voir : Blottière (Jean-Michel), « *Edito* » dans *Tilt*, n° 122, janvier 1994, p. 4. ; http://www.abandonware-magazines.org/interviews.php#1 ; http://www.abandonware-magazines.org/interviews.php#5

[1754] Cette baisse de qualité se matérialise par une disparition du journal, des grands dossiers et des articles de réflexion, une orientation vers les tests des jeux et les actualités ainsi que l'utilisation d'un langage familier et d'un style moins mature (axée vers l'humour et les adolescents). En outre, certaines initiatives (comme la rubrique « top/flop ») pour agrémenter le journal sont mal accueillies par les lecteurs qui y voient des éléments repris de magazines concurrents. « *Forum* » dans *Tilt*, n° 115, juin 1993, p. 136.

[1755] *Hebdogiciel* est un magazine édité par Shift Editions, dont le poste de rédacteur en chef est occupé par Gérard Ceccaldi (également directeur de la publication). Il paraît du 7 octobre 1983 (il vaut 8 francs/1,2 euros) au 2 janvier 1987 (son prix est alors de 12 francs/1,8 euros). Sa diffusion payée est de 44 254 exemplaires par

distingue par sa parution hebdomadaire, son intérêt pour la programmation mais surtout par le ton employé, irrévérencieux et familier et sa ligne éditoriale. A la fois « politiquement incorrect », ayant un regard critique (et parfois détaché) sur l'univers de la micro-informatique et les jeux vidéo, ce magazine aborde aussi la musique, la bande dessinée ou le cinéma. Il s'adresse à un public de joueurs passionnés et fanatiques.

Parmi les mensuels, mentionnons *Génération 4* (aussi connu sous le nom de *Gen 4*) ainsi que *Joystick*. Le premier apparaît à la fin de l'année 1987[1756], tandis que le second est publié sous forme d'hebdomadaire à partir de novembre 1988[1757]. Ces deux magazines sont assez semblables car ils traitent des jeux pour ordinateur et donc du même sujet mais, en plus, leur politique éditoriale est assez proche. Elle est orientée vers les actualités et les tests des jeux. Toutefois, *Joystick* se détache par le ton employé (à la fois sérieux et humoristique) ou bien encore par son ouverture, durant ses premières années, à d'autres domaines susceptibles d'intéresser le lecteur (la musique, le cinéma ou la bande dessinée). En outre, le magazine dispose, jusqu'en mars 1993, d'une importante rubrique dédiée aux jeux sur console. Notons qu'en ce qui concerne cette presse de jeux vidéo sur ordinateur, les titres les plus en

---

semaine en 1985 selon l'O.J.D. Voir : *Hebdogiciel* n°1, 7 octobre 1983, p. 1 et 6 col. 1; *Hebdogiciel* n° 168, 2 janvier 1987, p. 1 et 24 col. 6.

[1756] *Génération 4* est une publication de Pressimage. Le directeur de la publication, et le premier rédacteur en chef, est Godefroy Guidicelli (il dirige également Pressimage). Vendu au prix de 25 francs (3,8 euros) lors de son lancement (hors premier numéro), le magazine s'arrête en septembre 2004, au numéro 180. Il coûte alors 5,95 euros. Voir : *Génération 4*, n° 1, quatrième trimestre 1987, p. 1 et 5. ; *Génération 4*, n° 2, janvier/février 1988 ; *Génération 4*, n° 180, septembre 2004.

[1757] *Joystick Hebdo* apparaît le 9 novembre 1988. Il est édité par Sipress (maison d'édition dirigée par Marc Andersen). Son rédacteur en chef est Henri Legoy. Le magazine s'articule autour de l'actualité, de quelques tests, mais surtout des astuces, de la programmation et des « *listing* ». A partir de janvier 1990, le titre devient mensuel et change de nom en adoptant le patronyme de *Joystick*. Cette décision est motivée par des raisons économiques (coût de fabrication), par la difficulté à réaliser un hebdomadaire mais aussi en raison du souhait des lecteurs de voir leur journal se mensualiser. Il est à noter qu'il n'y a pas de changement dans la ligne éditoriale à la suite de cette évolution. En juin 1993, Hachette Disney Presse reprend le titre et l'édite jusqu'en mai 2003. En juin 2003, il est pris en charge par l'éditeur anglais Future Publishing. Vendu entre 10 et 12 francs lors de sa période hebdomadaire, *Joystick* voit son prix évoluer, durant notre période d'étude, de 25 Francs (3,8 euros) à 5,90 euros. En ce qui concerne les tirages, les chiffres ne sont pas indiqués dans la version hebdomadaire. Pour la version mensuelle, le premier numéro indique un tirage de 90 000 exemplaires. En 1997, selon le site Internet *Pressotech.com*, qui s'appuie sur des chiffres de l'O.J.D, la diffusion du magazine est de 73 600 exemplaires. Voir : *Joystick Hebdo* n°1, 9 novembre 1988 ; « C'est fini ! A suivre… » dans *Joystick Hebdo*, n° 48, 22 novembre 1989, p. 5. ; *Joystick*, n° 1, janvier 1990, p. 1 et 5 col. 1. ; « *Ours* » dans *Joystick*, n° 39, juin 1993, p. 242 col. 5 ; « *Ours* » dans *Joystick*, n°148, mai 2003, p. 6 ; « *Ours* » dans *Joystick*, n°149, juin 2003, p. 4 ; http://www.pressotech.com/fiches/fiche_mag.php3?id=154

vue sont, il nous semble, les journaux généralistes. Les publications dédiées à une machine particulière sont en retrait[1758].

La presse spécialisée de jeux vidéo sur console

A partir de septembre 1990, comme nous l'avons déjà indiqué plus haut, une nouvelle branche de la presse spécialisée apparaît, avec les revues dédiées exclusivement aux jeux vidéo et à l'actualité des consoles. Trois publications se distinguent dans un premier temps et représentent, aux yeux de nombreux joueurs, un « âge d'or » de cette presse. Il s'agit des magazines *Player One*, *Console* + et *Joypad*.

Player One est le titre qui inaugure la presse vouée aux consoles. C'est un magazine édité par MSE (Media System Edition) qui, auparavant, a lancé sur le marché le journal *Amstrad Cent Pour Cent*, dédié aux ordinateurs de la société Amstrad. *Player One* paraît de septembre 1990 à janvier 2000 et il compte 104 numéros[1759]. Sa période de prospérité se situe entre 1993 et 1995 où la diffusion du magazine est supérieure à 50 000 exemplaires[1760]. L'équipe de *Player One* est, en outre, responsable d'un magazine spécialisée dans les consoles et les jeux Nintendo[1761] et certains de ses membres participent aussi à des émissions de radio ou de télévision. L'arrêt de la publication suit le dépôt de bilan de la société MSE. Celui-ci est lié aux difficultés du magazine sur le marché, en raison d'une forte concurrence dont les conséquences sont une baisse des tarifs de la publicité et une baisse des ventes du magazine[1762] (liée notamment au grand nombre de publications). A cela s'ajoutent les départs de quelques cadres de la rédaction

[1758] La distinction ne se fait de toute façon plus à partir de la seconde partie des années 1990 lorsque l'ordinateur au standard *PC* s'impose dans le monde informatique et devient le principal type d'ordinateur pour le jeu vidéo.
[1759] Son premier numéro vaut 15 francs (2,29 euros), tandis que le dernier numéro est proposé à 34 francs (5,18 euros).
[1760] 1995 représente la meilleure année, en termes de vente, pour le magazine qui dépasse les 75 000 exemplaires. Le numéro d'été est ainsi imprimé à 120 000 exemplaires. Kahn (Alain), Richard (Olivier), *Les Chroniques de Player One : 20 ans de jeu vidéo et de manga*, Boulogne-Billancourt, Pika Edition, 2010, 299 p. ; p. 174 et 224.
[1761] Ce magazine se nomme dans un premier temps *Nintendo Player*, puis *Ultra Player* lorsqu'il perd le caractère de « magazine officiel » de la marque Nintendo. Lancé en octobre 1991, le magazine se vend après un an d'existence à environ 60 000 exemplaires (50 000 en 1993 selon l'O.J.D). Il s'arrête au début de l'année 1997 (numéro 39, janvier/février 1997), en raison de la concurrence essentiellement. *Ibid.* p. 124, 184, et 230.
[1762] En 1998, les ventes sont considérées comme « bonnes » lorsque *Player One* s'écoule à 28 000 exemplaires. *Ibid.* p. 231.

(débauchés pour certains par les autres groupes de presse), des erreurs stratégiques[1763], ainsi qu'une condamnation judiciaire[1764]. Il est à noter que la fin du magazine est une surprise pour de nombreux joueurs et lecteurs. Rien ne permet de prévoir le dépôt de bilan de MSE, sans compter que le dernier numéro ne fait mention d'aucun problème.

Player One est un magazine qui, lors de son apparition, répond au désir des joueurs qui aiment les consoles de voir un organe de presse entièrement dédié à ce type de machine. Il poursuit la lancé initiée par *Amstrad Cent Pour Cent* en abordant non seulement les jeux vidéo, mais aussi la musique, le cinéma et la bande dessinée. Le ton employé est plutôt familier. Les journalistes écrivent comme s'ils s'adressaient à des camarades. En outre, *Player One* est reconnu pour ses couvertures illustrées qui font intervenir jusqu'au numéro 42 (mai 1994) le personnage Sam Player. Ce dernier représente l'archétype du joueur de jeux vidéo, mais aussi d'une certaine jeunesse, passionnée à la fois de musique, de série, de cinéma et de bande dessinée. Il fait office de rédacteur en chef[1765].

Pour leur part, *Consoles* + et *Joypad* ont des origines similaires puisqu'ils proviennent de magazines de jeux sur ordinateur[1766]. *Consoles* + est rattaché à *Tilt*. Le premier numéro est d'ailleurs un hors série de *Tilt* qui paraît durant l'été 1991. En outre, il s'agit au départ d'une adaptation du magazine anglais *Mean Machines*. *Consoles* + parvient rapidement à se hisser parmi les magazines de référence de cette presse[1767]. La politique éditoriale est axée sur les actualités et les tests des jeux, ainsi que sur l'importation parallèle. Le mensuel donne une impression d'abondance et il délivre des conseils de spécialistes. Parmi les rédacteurs en chef

[1763] Notamment celle d'avoir refusé de prendre en charge le magazine officiel de Sony. *Ibid.* p. 233.
[1764] MSE est assigné en justice par une marque de lunette qui accuse la société d'avoir vendu avec son magazine des contrefaçons d'un modèle de sa propriété. MSE est condamné à 1,5 millions de francs de dommages et intérêts. *Ibid.*
[1765] Le personnage est la mascotte de *Player One*. Agé de 17 ans en 1991, il est dessiné par Olivier Vatine qui s'inspire du chanteur du groupe américains *Ramones*. En tout, neuf dessinateurs se succèdent pour le mettre en scène. Le véritable rédacteur en chef du magazine se nomme Pierre Valls. Voir : *Ibid.* p. 63. ; « *Courrier* » dans *Player One*, n° 10, juin 1991, p. 4 col. 1. ; « *Courrier* » dans *Player One*, n° 14, novembre 1991, p. 7 col. 2. ;
[1766] Notons que ces deux magazines ont un prix compris, durant notre période d'étude, entre 30 francs (4,57 euros) et 40 francs (6 euros).
[1767] La diffusion de *Consoles* + est, par exemple, de 60 000 exemplaires en 1993 et de 64 700 magazines en 1997. Voir : Kahn (Alain), Richard (Olivier), *Les Chroniques de Player One : 20 ans de jeu vidéo et de manga*, Boulogne-Billancourt, Pika Edition, 2010, 299 p. ; p. 184 ; http://www.pressotech.com/fiches/fiche_mag.php3?id=70

qui ont marqué le journal, citons Jean-Michel Blottière et surtout Alain Huyghues-Lacour[1768] qui demeure à ce poste de mars 1994 à mars 2004.

Quant à *Joypad*[1769], ses origines proviennent de la rubrique dédiée aux consoles du magazine *Joystick*. La publication débute en octobre 1991 et elle est éditée par Sipress via les sociétés Giga Press et Challenge, puis Hachette Disney Presse (de juin 1993 à mai 2003) et enfin Future Publishing. Le ton employé est le même que pour *Joystick* (humour, sérieux, ton familier) et la ligne éditoriale est plus ou moins la même que celle de la concurrence. Ainsi, *Joypad* traite avant tout de l'actualité, réalise des tests et il s'attarde aussi sur l'importation parallèle. Néanmoins, au fur à et mesure des années, on peut constater quelques évolutions comme des rubriques sur l'animation japonaise et le *manga*, les *comics*, des objets technologiques[1770], mais aussi autour des jeux vidéo (autre que l'actualité ou les tests). De la sorte, il y a une revue de presse des articles de jeux vidéo issus des journaux généralistes[1771], une rubrique technique, commerciale, musicale (musique de jeux) ou bien encore économique (économie de l'industrie des jeux vidéo).

Les magazines dédiés à une marque de console de jeux

Outre *Player One*, *Consoles* + et *Joypad*, le secteur de la presse dédiée aux consoles compte des magazines spécialisés dans une marque, qui connaissent un certain succès. Au début des années 1990, les publications se concentrent sur les consoles Sega et Nintendo. On peut ainsi noter pour Sega, *Mega Force* ou *Super Sonic* et, pour Nintendo, les titres *Nintendo Player*, *Super Power* ou *Banzai*. Puis, à

[1768] Ce dernier débute sa carrière de journaliste au sein de *Tilt*. Avant de prendre les rênes de *Consoles* +, il officie en tant que rédacteur en chef de *Joystick* (entre avril 1991 et mars 1993) et de *Joypad*, (entre octobre 1991 et janvier 1994).

[1769] *Joypad* connaît, durant notre période d'étude, plusieurs rédacteurs en chef, notamment Alain Huyghues-Lacour, Robert Barbe alias Robby, Jean-François Morisse alias TSR et Nourdine Nini alias Trazom. Le magazine est imprimé à 100 000 exemplaires les premières années. Sa diffusion payée en 1993 est de 45 000 unités, tandis qu'au début de l'an 2000, elle est de 30 000 exemplaires. Voir : *Joypad* année 1991 et 1992 ; Kahn (Alain), Richard (Olivier), *Les Chroniques de Player One : 20 ans de jeu vidéo et de manga*, Boulogne-Billancourt, Pika Edition, 2010, 299 p. ; p. 184 ; Gaultier (Pierre), « *Interviews* : Christophe Delpierre » dans *polygonweb.online.fr*, décembre 2001, http://polygonweb.online.fr/chris.htm

[1770] Il est à noter que toutes les rubriques qui ne traitent pas des jeux vidéo sont abandonnées lors du numéro de septembre 1999. Le magazine se recentre alors exclusivement sur le jeu vidéo. TSR, « *Tendance* » dans *Joypad*, n° 89, septembre 1999, p. 3.

[1771] La rubrique met en exergue les articles de la presse quotidienne et magazine (grand public) abordant les jeux vidéo. A la suite des extraits, le responsable de la rubrique les commente, rectifie, si besoin est, les jugements et il donne son propre avis. Cependant, nous avons l'impression que les différentes réponses sont orientées pour montrer une sorte de supériorité de la presse spécialisée sur la presse généraliste.

l'arrivée de Sony et Microsoft dans le secteur, des publications officielles pour leurs consoles respectives font leur apparition. A ce propos, à la fin des années 1990, le magazine officiel de Sony, le *Playstation Magazine*[1772] (apparu en décembre 1995), s'affirme comme le premier titre du secteur. Réalisé par la rédaction de *Joypad*, il se destine à un public large qui dépasse le cadre des seuls joueurs fanatiques. Il s'écoule à plus de 100 000 exemplaires chaque mois[1773] car il profite de la position de leader de Sony sur le marché, de l'afflux d'un nouveau public attiré vers les jeux vidéo par la *Playstation* mais aussi, et surtout, par la présence, avec chaque numéro, d'un disque de démonstration.

Il faut souligner qu'à la fin des années 1990, il y a une multiplication des magazines consacrés aux jeux vidéo. La plupart ne s'écartent pas des formules établies (actualités, tests de jeux). Toutefois, nous pouvons noter l'apparition de *Jeux Vidéo Magazine*[1774], un titre très classique qui connaît un succès grandissant à la toute fin de la période étudiée, ainsi que d'un magazine particulier, voué uniquement aux jeux de rôle[1775]. Néanmoins, le début des années 2000 se caractérise par le développement des magazines de jeux vidéo en ligne sur Internet et la migration des lecteurs vers ce nouveau support.

La presse spécialisée sur Internet

Les premiers magazines en ligne dédiés aux jeux vidéo sont anglo-saxons et ils apparaissent au milieu des années 1990. En France, les premiers sites datent de la fin des années 1990 et du début des années 2000. A quelques exceptions près, la presse en ligne ne se différencie pas de la presse écrite au niveau de son contenu qui demeure axé sur les actualités et les tests des jeux. Toutefois, il peut y avoir des

[1772] Soulignons que ce magazine est rebaptisé *Playstation 2 Magazine* lors de la sortie de la *Playstation 2*.
[1773] Selon l'O.J.D, en 1998, la diffusion du titre est de 176 700 exemplaires. En outre, d'après un pigiste du magazine, celui-ci peut s'écouler jusqu'à environ 200 000 exemplaires par mois. Voir : Kahn (Alain), Richard (Olivier), *Les Chroniques de Player One : 20 ans de jeu vidéo et de manga*, Boulogne-Billancourt, Pika Edition, 2010, 299 p. ; p. 228 ; http://www.pressotech.com/fiches/fiche_mag.php3?id=295 ; Gaultier (Pierre), « *Interviews* : Christophe Delpierre » dans *polygonweb.online.fr*, décembre 2001, http://polygonweb.online.fr/chris.htm
[1774] Crée en 2000, *Jeux Vidéo Magazine* est édité par Future Publishing. C'est un magazine qui coûte moins cher que la concurrence et qui vise un lectorat constitué aussi bien du grand public que de fanatiques.
[1775] Ce magazine se nomme *Gameplay RPG*. Etant donné le sujet abordé, il ne cible et n'attire qu'un public de niche. D'autre part, il s'agit de la seule publication, durant la période étudiée, qui se consacre à un genre de jeu. Son apparition ne fait pas d'émules en ce qui concerne les autres genres de jeux vidéo.

éléments spécifiques comme des vidéos de jeux, des versions de démonstrations ou des correctifs (pour les programmes ludiques sur *PC*), ainsi qu'un forum de discussion entre « internautes ». La principale force de la presse en ligne provient de sa gratuité[1776] mais aussi, et surtout, de sa réactivité. En effet, chaque jour, les sites sont alimentés par un fil continu d'actualités. Mentionnons aussi l'interactivité qu'elle offre à ses lecteurs. Ces derniers ont la possibilité de réagir en temps réel sur une actualité ou sur un test de jeux. Ce sont donc des magazines dynamiques en comparaison avec la presse traditionnelle qui reste « figée ». C'est un atout pour fidéliser le lecteur car il est constamment sollicité à réagir ou à exprimer son opinion (poussé par les journalistes ou par les autres lecteurs).

Parmi les autres avantages (par rapport à la presse écrite traditionnelle), il faut souligner des délais de publication plus courts (une simple validation du rédacteur en chef suffit) et des articles au calibre presque libre car la place n'est plus un critère restrictif sur Internet[1777]. Le fonctionnement du site peut être également vu comme un atout car il est possible d'effectuer sa maintenance et de maintenir une activité avec une équipe restreinte. On peut aussi noter, d'une certaine façon, un ton plus libre, en raison de la jeunesse du média, et donc des pressions des éditeurs qui sont moins fortes que pour une publication traditionnelle[1778].

Les problèmes rencontrés par les titres en ligne sont liés en majeure partie à la vérification des informations (publication d'actualités erronées, de rumeurs non fondées). De plus, en ce qui concerne la charge de travail des journalistes, la gestion d'un site peut s'apparenter à un bouclage permanent[1779], ce qui nécessite une attention régulière et quotidienne. Enfin, les magazines en ligne sont souvent soumis à des accords de confidentialité en ce qui concerne la publication de certains tests

[1776] Cependant, certains magazines en ligne, à l'image de *Gamekult*, peuvent avoir une partie payante, qui offre divers avantages aux lecteurs, afin de s'autofinancer ou pour compléter les revenus générés par l'activité du site (publicité par exemple).
[1777] Raggal, « *Courrier des lecteurs* » dans *Gamekult.com*, 30 septembre 2004, http://www.gamekult.com/actu/courrier-des-lecteurs-A0000036631.html
[1778] La jeunesse du média Internet est principalement la raison de cette liberté. Nous pouvons le constater car, au-delà de notre période d'étude, et notamment dans la seconde moitié des années 2000, avec le développent d'Internet dans la société et celui de l'économie numérique, les professionnels du jeu vidéo prennent en compte ces nouvelles revues et ils exercent des pressions importantes sur les différents magazines en ligne (chantage à la publicité, date de publication des tests imposés, principalement après la commercialisation des produits ludiques).
[1779] Alors que les bouclages dans la presse écrite sont concentrés sur une période courte, généralement en fin de mois.

de jeux[1780]. Ainsi, ils doivent les publier à partir d'une certaine date définie par les éditeurs, entre autre pour que cela corresponde à la sortie en kiosque des magazines traditionnels.

Les principaux titres de la presse Internet n'ont aucun lien avec les titres ou les éditeurs de la presse écrite. Ainsi, aucun des grands magazines français de jeux vidéo ne s'engouffre sur Internet. C'est d'autant plus étonnant qu'ils avaient auparavant tous créé leur serveur Minitel. Il n'y a donc pas de migration entre ces deux réseaux. Nous pensons que les revues ne se sont pas impliquées sur Internet principalement pour des raisons de coûts financiers. Non seulement la création et la gestion d'un site représentent un surcoût non négligeable, mais en plus il peut requérir l'embauche de personnes supplémentaires. En outre, le manque de temps des journalistes pour s'occuper du site (actualité, modération des forums) peut être aussi un facteur important.

Cependant, ce manque d'implication peut paraître étrange, dans la mesure où le développement des réseaux informatiques pour les particuliers est envisagé depuis les années 1970, où Internet et la société de l'information sont des sujets pris en compte par l'Union Européenne depuis 1995. De plus, il y a l'exemple des Etats-Unis qui compte un certain nombre de publications en ligne. Nous pouvons donc nous poser la question de savoir si l'attitude des éditeurs de presse n'est pas à l'origine de cette absence. N'ont-ils simplement pas su percevoir le développement et le potentiel d'Internet ou n'ont-ils pas voulu s'y investir ? Ont-ils attendu une volonté politique de l'Etat français en faveur du développement d'Internet pour commencer à bâtir leurs stratégies numériques ? La question de la concurrence peut aussi être posée. Internet est peut-être perçu par les patrons de presse comme un média concurrent qu'il ne faut pas promouvoir et favoriser ?

De ce fait, les magazines en ligne qui existent durant notre période d'étude appartiennent à des structures indépendantes, souvent de taille modeste. Il faut noter qu'à côté des magazines professionnels, certains sites amateurs réalisent un travail presque équivalent, notamment en ce qui concerne la veille d'informations.

[1780] Raggal, « *Courrier des lecteurs* » dans *Gamekult.com*, 30 septembre 2004, http://www.gamekult.com/actu/courrier-des-lecteurs-A0000036631.html

Par ailleurs, comme ce monde virtuel n'a pas de frontières, les joueurs peuvent consulter les magazines étrangers ainsi qu'une multitude de sites amateurs qui abordent les sujets les plus divers liés aux jeux vidéo (site sur un jeu, une série de jeux, un genre de jeux, etc…). Avec l'apparition et le développement de la presse en ligne il y a donc aussi une multiplication des sources et de l'information.

En France, parmi les premiers magazines de la presse en ligne, nous pouvons citer *Gamekult*, *Overgame* ou bien encore *Jeuxvideo.com*. Ces sites attirent les joueurs, à la fois pour les actualités, pour la gratuité, mais aussi par leur communauté qui permet d'échanger des avis avec d'autres joueurs ou d'avoir un supplément d'information. Au niveau des audiences, tout comme pour la diffusion des magazines de la presse écrite, il n'est pas aisé de connaître les chiffres de fréquentation de ces sites. Nous avons néanmoins trouvé deux exemples. Le magazine *Overgame.com* réalise une audience de 100 000 lecteurs par mois, d'après des chiffres d'octobre 1999[1781], tandis que *Jeuxvideo.com* attire au début de l'année 2002, 741 000 visiteurs uniques[1782]. Ces chiffres sont conséquents et ils montrent la montée en puissance du media Internet dans le secteur du jeu vidéo et dans celui de la presse. Les joueurs adoptent assez facilement cette nouvelle façon de s'informer sur leur passion qu'ils couplent généralement encore avec les magazines de la presse écrite.

[1781] « *Actus* : Sega France, où vas-tu ? » dans *Overgame.com*, 29 novembre 1999.
[1782] « Le jeu vidéo et l'Internet » dans *AFJV.com*, 05 mai 2003, http://www.afjv.com/press0305/030505_netvalue.htm

d) Les rubriques types des magazines spécialisés

Les revues spécialisées en jeux vidéo se composent de plusieurs rubriques qui traitent principalement et majoritairement de ce loisir. Toutefois, elles sont susceptibles d'aborder, dans des espaces dédiés, d'autres sujets liés à différents loisirs culturels et pouvant susciter l'intérêt des joueurs. Un magazine de jeux vidéo peut se découper en trois parties[1783]. Une première orientée vers l'actualité et les dossiers (ou des reportages), une seconde, ayant une place centrale, réservée aux tests des jeux et enfin une troisième qui comporte des rubriques diverses[1784].

Suivant les époques et les tendances du moment, des rubriques apparaissent alors que d'autres sont supprimées. C'est à l'occasion de l'apparition des nouvelles formules des magazines que les changements sont les plus perceptibles. Ils concernent d'avantage l'aspect visuel des rubriques et leur place dans le magazine (donc leur maquette) plutôt qu'un changement dans le traitement de l'information. Mis à part quelques particularités liées à la revue ou aux types de plate-forme traités, les titres de presse (y compris les magazines en ligne sur Internet) possèdent à peu près les mêmes rubriques. Les différences se situent au niveau des noms employés pour les désigner, de leur taille (nombre de pages) et parfois de la disposition occupée au sein du magazine[1785]. Ceci aboutit à une certaine uniformité de toutes les publications, y compris dans le contenu proposé.

De ce fait, nous pouvons nous demander comment les lecteurs choisissent tel ou tel titre. En l'absence de données ou d'analyses sur la question dans les différentes sources consultées, nous ne pouvons qu'émettre des hypothèses. Selon nous, l'adhésion à un magazine est principalement dictée par les goûts personnels du joueur, mais aussi et surtout par le matériel qu'il possède. De plus, et en lien avec ces deux premiers éléments, le choix est susceptible d'être conditionné par le

[1783] Ce découpage est schématique et il est observé sur un grand nombre de publications (notamment les magazines de la presse spécialisée dans les consoles de jeux). Toutefois, suivant les époques (début d'un magazine par exemple) et les titres, il est possible de ne pas pouvoir l'appliquer strictement.
[1784] Ces rubriques peuvent apparaître comme moins fondamentales par rapport aux actualités et aux critiques des jeux. On y trouve entre autre le courrier des lecteurs, les astuces, les rubriques n'ayant pas de lien avec les jeux vidéo ou bien encore les petites annonces.
[1785] Notons que les places et les noms de ces rubriques ne sont pas immuables d'un magazine à l'autre.

hasard, en fonction des couvertures ou des sujets traités dans un numéro donné[1786]. La réputation des publications entre également en jeu ainsi que les lectures du réseau de connaissances de l'individu qui incitent à adopter les mêmes revues ou, au contraire, à prendre un mensuel différent[1787]. Pour ce qui est des publications sur Internet, les critères de choix sont équivalents. Cependant, soulignons le rôle important de la communauté de joueurs qui participent aux forums de discussions présents sur le site. Cette communauté joue un rôle dans le recrutement de nouveaux lecteurs.

Nous avons divisé notre étude en trois points. Dans un premier temps, nous allons aborder les rubriques que nous estimons de base, c'est-à-dire celles qui traitent des jeux vidéo et qui se retrouvent chaque mois dans l'ensemble des magazines. Puis nous verrons des rubriques plutôt secondaires qui soutiennent les premières et, enfin, nous terminerons par celles dont le sujet ne correspond pas au thème principal de la revue.

Les rubriques de base

L'éditorial

La première rubrique observée est l'éditorial du magazine[1788], rédigé par le rédacteur en chef (sauf exception). C'est un espace d'informations, ainsi que d'échange avec le lecteur, où le rédacteur en chef aborde des thèmes relatifs au secteur du jeu vidéo, liés la plupart du temps à l'actualité du moment. Nous pouvons nous en rendre compte, par exemple, avec l'éditorial du magazine *Consoles* + de septembre 1995. Alain Huyghues-Lacour écrit notamment :

« les meilleurs jeux de l'année déferlent sur l'Occident. La qualité de ces nombreuses nouveautés laisse rêveur, et ce n'est que le début de la vague. En effet, des jeux superbes sortent actuellement au Japon, et les meilleurs d'entre eux

[1786] Notons que la possibilité de feuilleter les magazines dans les librairies donne aux joueurs un moyen de les juger, de les confronter à leurs attentes, et ainsi de faire leur choix.
[1787] Pour un joueur, faire un choix différent de celui de ses camarades en matière de presse « vidéoludique » lui permet de procéder à des échanges, ce qui lui donne la possibilité d'accéder à des magazines qu'il n'aurait pas acheté et donc à élargir ses lectures.
[1788] L'éditorial est généralement couplé à la page du sommaire du magazine.

devraient arriver en France avant la fin de l'année. Et dire que, chez nous, la Saturn et la Playstation viennent tout juste d'être commercialisées. Ceux qui auront la chance et les moyens d'acheter une 32 bits vont s'éclater ! Si la ludothèque de la Playstation lui conférait un avantage certain, la situation est en train de se renverser avec la sortie de grands jeux sur Saturn, comme Shinobi, Bug et autre Shinning Wisdom. Sega semble mettre les bouchées doubles pour nourrir sa machine. Décidément, il ne sera pas simple de faire son choix entre ces deux consoles. Jetez un coup d'œil au preview de Banana et vous verrez qu'entre Rave Racer sur Playstation et Sega Rally sur Saturn, votre cœur à moult raison de balancer. Quelle que soit votre préférence, vous ne risquez pas d'être déçus : l'hiver sera chaud ! »[1789]

Dans ce passage, qui représente plus de la moitié de la chronique, les préoccupations de la rentrée 1995 se concentrent autour des deux nouvelles consoles de génération 32 bits et des différents jeux qui leurs sont destinés. Nous pouvons voir qu'en plus de donner son sentiment, le rédacteur en chef invite les lecteurs à consulter une rubrique du magazine comme pour justifier son enthousiasme.

Cet extrait est typique des éditoriaux des magazines de jeux vidéo qui abordent souvent les mêmes thèmes. Ainsi, d'une manière générale, le rédacteur en chef peut évoquer le ou les jeux du mois, la commercialisation d'une machine ludique ou différents chiffres de l'industrie (par exemple des chiffres de vente). Ces sujets nous indiquent aussi ce que les joueurs recherchent lorsqu'ils consultent cette presse spécialisée. Ils veulent être guidés dans cet univers et surtout être conseillés pour faire les meilleurs choix possibles. Selon nous, l'éditorial laisse transparaître cette fonction de guide puisque l'essentiel des propos concerne les jeux vidéo. En outre, cela donne aussi une idée du contenu du magazine dont le but est d'accompagner le lecteur dans ces choix de consommateur.

Toutefois, cet espace peut servir à exprimer (au nom du rédacteur en chef ou en celui du magazine) un mécontentement vis-à-vis des acteurs de l'industrie du jeu

[1789] Huyghues-Lacour (Alain), « *edito* » dans *Consoles* +, n° 46, septembre 1995, p. 5 col. 2.

vidéo[1790], voire parfois à l'encontre de ses confrères. L'éditorial sert aussi à communiquer des informations sur le magazine et sa rédaction (chiffres de vente, nombre de lecteurs, arrivée ou départ d'un journaliste, événement particulier)[1791]. D'un point de vue général, il s'agit d'une rubrique centrée sur l'actualité et de commentaires du court terme. Il n'y a pas (ou très peu) d'opinions exprimées (autre que sur les jeux) et ni de réflexions plus profondes sur les jeux vidéo.

Les actualités

La rubrique actualité est une des catégories les plus importantes des magazines[1792] et celle qui occupe, en leur sein, une place significative. Par exemple, en comptabilisant les différents espaces dédiés à ce type d'informations[1793], nous trouvons dans le magazine *Tilt* de juin 1989[1794] 20 pages d'actualités (sur 134 pages totales), tandis qu'il y en a 31 pages (sur 164 pages) dans le *Joypad* de mai 1998[1795]. Toutefois, certains mois, le nombre de pages dédiées à l'actualité peut être plus important comme le montre les couvertures de *Joypad* de mai 1992 avec 47 pages[1796] et de *Joystick* de mars 1992 qui indique « 58 pages de news »[1797].

[1790] Cela peut concerner les politiques commerciales des éditeurs. Par exemple, en janvier 1997, Alain Huygues-Lacour dans son éditorial remarque l'avalanche de bons jeux en fin d'année et le manque chronique de titres au printemps. Trazom de *Joypad* fait le même constat en décembre 2001, en indiquant que « peu de jeux ont vu le jour durant les six premiers mois puis une avalanche de titres s'est abattue sur les joueurs durant la seconde partie ». D'autre part, les critiques se portent aussi sur les pressions que peuvent exercer les éditeurs sur le journal ou leur manque de coopération (difficultés pour obtenir des jeux en version non définitive). Voir : Huyghues-Lacour (Alain), « *Edito* » dans *Consoles* +, n° 61, janvier 1997, p. 5 col. 2 ; Trazom, « Attention à l'overdose » dans *Joypad*, n° 114, décembre 2001, p. 3. col. 1.

[1791] Nous en avons un exemple avec l'éditorial du numéro 62 de *Tilt* qui revient sur l'arrêt du magazine *Tilt bis*, parle de l'état général de la presse de jeux vidéo, puis donne une information sur le lectorat du magazine. Autre exemple, l'éditorial du premier numéro de *Joystick* est centré sur le changement de périodicité du magazine puisqu'auparavant il était hebdomadaire (et nommé *Joystick Hebdo*). Voir : *Tilt*, « *edito* » dans *Tilt*, n° 62, janvier 1989, p. 4 col. 1 ; « amis joystickiens, bonjour ! » dans *Joystick*, n° 1, janvier 1990, p. 5 col. 2.

[1792] Elle porte, suivant les magazines, des noms différents : *Tilt journal* dans *Tilt*, qui compte aussi une autre rubrique d'actualités nommée *tam tam soft*, *Stop Info* chez *Player One*, *News* pour *Consoles* + ou bien encore *Info* puis *News* dans *Joypad*.

[1793] Nous avons comptabilisé indifféremment toutes les rubriques qui se rapportent à des actualités. Par exemple, dans le cas de *Joypad*, nous avons pris aussi bien les actualités japonaises qu'européennes. En outre, nous avons exclu de nos calculs les pages de publicité.

[1794] *Tilt*, n° 67, juin 1989, p. 10 – 32 et p. 114 – 117.

[1795] *Joypad*, n° 75, mai 1998, p. 28 – 64.

[1796] « Couverture », dans *Joypad*, n° 8, mai 1992, p. 1.

[1797] « Couverture », dans *Joystick*, n° 25, mars 1992, p. 1.

Cette rubrique a pour but de présenter les dernières informations du secteur des jeux vidéo[1798] et elle relaie aussi les rumeurs. La plupart du temps, il est question des nouveaux jeux, des titres en développement et des machines ludiques. Les actualités sont divulguées soit sous forme de texte simple, soit dans des articles de taille réduite qui énoncent des informations de base[1799], les principes généraux des jeux et montrent quelques images de ces derniers. En outre, la rubrique donne des informations sur les accessoires (de jeux) et, dans les magazines dédiés aux jeux sur micro-ordinateurs, il est également question des composants de cette machine[1800], de logiciels autres que les programmes ludiques et d'informations sur l'informatique en général. Mis à part les annonces concernant les jeux et les machines ludiques, elle comporte des renseignements sur les différents événements du secteur (salons, concours), avec parfois des comptes-rendus succincts, des entrevues avec des acteurs de l'industrie, des présentations de sociétés ou des informations sur des boutiques spécialisées. Il y a aussi beaucoup de notes sur l'économie de ce secteur[1801] (chiffres de vente, classements des meilleurs jeux, politique et données économiques des entreprises).

La rubrique actualité se place toujours dans la première partie du magazine[1802] et avant les tests. Elle peut être, suivant les maquettes et les époques, précédée de quelques rubriques (courrier des lecteurs, reportages sur un jeu) et en devancer d'autres. Signalons une initiative unique du magazine *Joypad* qui**,** en mars 1999[1803]**,** crée une rubrique qui s'intéresse aux nouvelles parues sur Internet[1804]. Pour ce qui est de la presse en ligne, elle est placée sur la première page qui s'affiche lorsque

[1798] Signalons qu'il s'agit d'actualités officielles et que les actualités étrangères (Japon, Etats-Unis) sont pratiquement toujours regroupées dans une rubrique à part, dédiée à l'importation parallèle.
[1799] Comme par exemple la date de sortie, les caractéristiques (pour une machine de jeux), le nom de l'éditeur et les systèmes ludiques concernés, ou encore l'histoire et les buts du jeu.
[1800] Généralement, les journalistes s'intéressent aux composants qui possèdent un lien direct avec les jeux vidéo tels que les cartes graphiques, les cartes sonores ou les processeurs. Il peut y avoir aussi des annonces sur des périphériques (moniteurs, scanners, modem, webcam, enceintes, manettes de jeux).
[1801] Notons qu'un magazine comme *Joypad* choisit, à partir de son numéro 87 de juin 1999, de regrouper les nouvelles économiques dans une rubrique dédiée nommée *business Pad*. « *Business Pad* » dans *Joypad*, n°87, juin 1999, p. 122.
[1802] Il arrive**,** dans certains cas**,** qu'une autre rubrique d'actualités soit proposée en fin de magazine.
[1803] Notons qu'Internet a déjà fait l'objet d'une rubrique dédiée, notamment en 1995 dans le numéro 48 et en 1996 dans le numéro 54.
[1804] Une telle rubrique a pour but d'apporter de nouvelles informations, ainsi que du contenu supplémentaire à la rubrique des actualités. Notons qu'en préambule il y a un avertissement sur l'exactitude et la difficulté de vérifier les informations trouvées. La rubrique porte le nom de *Net Pad*. « *Net Pad* » dans *Joypad*, n° 84, mars 1999, p. 86.

l'internaute parvient au site Internet du magazine[1805]. Elle prend la forme d'un fil quotidien d'actualités, alimenté tout au long de la journée. La rubrique concerne aussi bien les informations officielles que les informations étrangères.

Les actualités sont une catégorie qui ne connaît pas beaucoup d'évolutions sur la période observée. En effet, les magazines diffusent toujours le même type d'information (date de sortie, annonce de nouveaux jeux, présentation de jeux ou de machines ludiques) et la manière de le faire demeure aussi identique.

En complément des actualités se trouvent les avant-premières[1806] qui peuvent être incorporées à cette rubrique ou bien faire l'objet d'une catégorie à part. Une avant-première est une présentation aux lecteurs d'un jeu encore en développement que les journalistes ont testé dans une version de démonstration. Généralement, ils expliquent les mécanismes et le fonctionnement du jeu, la base du scénario et ils donnent aussi un premier avis sur divers critères comme les graphismes, le son, la « jouabilité » ou le plaisir de jeu. Un même logiciel peut avoir plusieurs avant-premières[1807] (couramment entre une et trois), préalablement à son test définitif. Habituellement, elles sont espacées dans le temps mais il arrive que certains programmes ludiques bénéficient de plusieurs reportages, pendant deux ou trois mois d'affilée[1808]. Ces articles comportent des informations également présentes dans les actualités comme la date de sortie du jeu, son éditeur, les développeurs ou bien encore la plate-forme ludique concernée. Parfois, un système de notation est mis en place pour montrer aux lecteurs le degré d'attente d'un jeu mais aussi pour qu'ils se fassent une première idée sur ses qualités.

Les tests

La partie consacrée aux tests des jeux est, comme nous l'avons déjà dit, l'élément central des magazines et la rubrique qui compte le plus grand nombre de

[1805] Sauf si le site possède une page d'accueil.
[1806] Dans le langage des joueurs, cette rubrique est connue sous le nom de « *previews* ». Tout comme les actualités, les avant-premières étrangères sont séparées des avant-premières dites « officielles ».
[1807] Cela dépend de la réception, ou non, de nouvelles versions de démonstration mais aussi de la date de sortie des jeux.
[1808] Ils peuvent l'être en raison de l'arrivée de nouvelles versions de démonstration dont les changements ou les améliorations notables doivent alors être soulignés aux lecteurs. De même, une date de sortie repoussée peut être à l'origine d'une nouvelle avant-première.

pages. Par exemple[1809], en octobre 1997, le numéro 68 de *Joypad* comporte 40 pages de tests sur 140 pages au total[1810]. Le numéro de janvier 2000 de *Player One* en compte, pour sa part, 50 pages sur 148[1811]. Enfin**,** en mars 2001, *Joystick* contient 34 pages de tests sur 164 pages[1812]. Pour nous, il s'agit de ratios plus ou moins habituels consacrés aux tests des jeux vidéo. Cependant, à la manière des actualités, cette rubrique connaît de fortes variations selon les mois et les flux de commercialisation des jeux. En Octobre 1992, *Joypad* indique sur sa couverture 79 tests**,** ce qui correspond à 91 pages sur 180 pages[1813]. Autre exemple ayant un caractère exceptionnel, en décembre 1991, *Joystick* comporte 127 pages de tests sur 324 pages[1814].

Le but premier de la rubrique test est de présenter les différents jeux et de les analyser pour indiquer aux joueurs les meilleurs titres et ainsi les aider à faire leur choix au moment de leurs achats. Les tests peuvent comporter plusieurs pages selon le degré d'importance des jeux et l'actualité du moment. C'est, en outre, une des rubriques qui évolue le plus avec le temps[1815]. En effet, au début des années 1980, dans un mensuel comme *Tilt*, la critique prend essentiellement la forme d'une explication des règles du jeu. Puis, progressivement, les articles s'étoffent avec l'introduction de critères techniques et les opinions, plus ou moins subjectives, des journalistes.

Illustration 3.1: Exemples de pages de tests :

[1809] Nous avons comptabilisé les différentes pages de tests de jeux (et comportant une note à la fin de l'article) présents au sein des magazines, sans faire de distinction entre les rubriques dédiées à des tests spécifiques comme celles des jeux japonais ou des jeux sur consoles pour une revue spécifique aux ordinateurs.
[1810] *Joypad*, n°68, octobre 1997.
[1811] *Player One*, n° 104, janvier 2000.
[1812] « *Test* » dans *Joystick*, n° 124, mars 2001, p. 80 – 117.
[1813] *Joypad*, n° 13, octobre 1992.
[1814] *Joystick*, n° 22, décembre 1991.
[1815] Nous avons regroupé en annexe plusieurs exemples de tests afin de montrer les différentes évolutions de cette rubrique. Voir annexe presse p. 178.

Tilt n° 3[1816] *Tilt* n° 44[1817] *Génération 4* n°1[1818]



Illustration 3.2: Test du jeu *Bushido Blade* dans *Joypad* n° 73 mars 1998[1819]



Un test, c'est avant tout la description et l'explication d'un jeu et de ses mécanismes avec, à la clef, l'avis d'une personne reconnue par les joueurs comme professionnelle et compétente. Dans sa forme communément observée et définie, la critique d'un jeu vidéo comporte plusieurs points hiérarchisés que le testeur doit impérativement traiter. Avant d'aborder les points techniques, il pose le contexte du jeu en informant le lecteur sur quelques points de base comme l'éditeur, l'historique du développement (si besoin est), la disponibilité sur une autre plate-forme ludique[1820] ou encore le genre du jeu. Il explique le scénario avec plus ou moins de détails, selon l'importance qu'il a pour le jeu, ainsi que le but de ce dernier. Après cette introduction, il y a une description du titre ludique avec son principe de

[1816] Maman (Jean-Michel), « *Tubes* » dans *Tilt*, n° 3, janvier/février 1983, p.36.
[1817] « *Tubes* » dans *Tilt*, n° 44, juillet/août 1987, p. 34.
[1818] « *Simulation* » dans *Génération 4*, n° 1, 4e trimestre 1987, p. 90.
[1819] « *Test* : *Bushido Blade* » dans *Joypad*, n° 73, mars 1998, p. 80.
[1820] Ceci permet de réaliser des comparaisons.

fonctionnement, son interface (informations présentes à l'écran[1821]), ses différents menus ou les choix qu'il propose (personnages, modes de jeu). La « jouabilité » est un élément attentivement analysé. Le journaliste explique et ~~il~~ donne son avis sur les commandes du jeu. Par la suite, il aborde le degré de difficulté du logiciel et surtout les éléments techniques avec la réalisation du jeu à travers son aspect visuel (graphismes et animation) et sonore (bande son et bruitages). Enfin, il indique, d'un point de vue général, les points forts et les points faibles du titre ludique[1822].

Une fiche technique du jeu est récapitulée dans un encart approprié, disposé, la plupart du temps, à la fin de l'article. Elle indique une nouvelle fois plusieurs informations comme le nom de l'éditeur, du développeur, la marque de la machine ludique, le genre du jeu, le nombre de joueur, le ou les niveaux de difficulté ou la difficulté globale du programme. Elle peut aussi signaler le mode de sauvegarde de la partie, le nombre de niveaux, de missions, de personnages, d'équipes ou de voitures disponibles, ainsi que contenir des remarques spéciales sur le jeu.

La fin du test est marquée par l'attribution d'une note[1823]. Cette dernière revêt une grande importance aux yeux de nombreux joueurs qui la considèrent comme une indication de référence dans l'évaluation de la qualité du jeu (bon ou mauvais). Plusieurs systèmes de notation sont mis en place durant notre période d'étude[1824]. Globalement, les notes sont, suivant les magazines, sur vingt, sur dix ou en pourcentage[1825]. Le système est divisé en deux parties avec**,** d'un coté, une note

[1821] Comme par exemple la barre d'énergie, une carte du monde du jeu, un compteur de temps.
[1822] En plus du texte principal, l'article est susceptible de comporter des encarts qui apportent des précisions sur le jeu ou un avis d'une autre personne de la rédaction (suivant les magazines et les périodes, une fenêtre est réservée à l'avis d'un ou de deux testeurs, ce qui permet de préciser les sentiments vis-à-vis d'un jeu et de donner des points de vue différents). Ce type de jugement peut être accompagné d'un système d'icônes qui permet aux lecteurs de voir immédiatement l'appréciation du ou des journalistes. En outre, un espace est aussi réservé pour une comparaison avec un autre jeu du même type (mais aussi par rapport aux références ludiques établies). Signalons que nous aborderons la question de l'honnêteté des testeurs et des pressions exercés par les éditeurs de jeux dans un prochain paragraphe. Voir p. 537.
[1823] Cette donnée indicative est sujette à de nombreuses polémiques parmi les joueurs tout au long de la période observée. Nous aurons l'occasion d'aborder le sujet dans la partie consacrée aux problèmes de la presse spécialisée. Voir p. 532.
[1824] Il est à noter que les systèmes de notation sans valeur numérique (au moyen de symboles, d'étoiles ou de graphiques) ne s'imposent pas et ils ne plaisent généralement pas aux joueurs.
[1825] La notation en pourcentage est utilisée à partir de la seconde moitié des années 1980. Ce style de notation est notamment en vigueur dans les principaux magazines sur les consoles de jeux au début des années 1990. Cependant, certaines revues font évoluer leur système de notation en abandonnant les pourcentages jugés désuets, non appropriés et beaucoup trop vagues.

pour les différents critères techniques du jeu[1826] et, de l'autre, une note globale. Un résumé de quelques lignes de l'analyse du testeur peut être ajouté dans la colonne réservée aux notes. De même, les magazines *Tilt* et *Consoles* + mettent aussi une indication du prix des jeux au moyen d'un système composé de lettres.

En complément de la rubrique principale des tests, les magazines disposent d'autres espaces de critiques de jeux vidéo qui sont réunis au sein de rubriques dédiées[1827]. Ce second type de test est plus simple, moins recherché et surtout plus court. Le testeur se contente d'expliquer l'essentiel du jeu[1828]. Il est agrémenté d'une ou deux images de taille réduite. Ces rubriques de test sont intitulées selon des formules qui rappellent leur caractère succinct : *Zapping* dans *Joypad*, *Speedy Gonzatest* dans *Consoles* + ou *Vite Vu* dans *Player One*. Les jeux placés dans cette catégorie sont pour la plupart des jeux moyens, voire mauvais, mais certains bons jeux sont relégués dans ces colonnes par manque de place. Au début des années 1990, certains titres de presse dévolus aux consoles possèdent également une rubrique de tests consacrés aux jeux jugés mauvais[1829]. Pour les joueurs, ces rubriques ne comportent aucune surprise, dans la mesure où elles mettent en exergue un jeu mineur, souvent peu médiatisé, et dont la note du testeur est proche du zéro. Ainsi, aucun jeu attendu n'y figure[1830]. Elles ont également une vocation humoristique. Au sein des magazines, ce type de rubrique n'est pas essentiel et il ne joue pas de rôle significatif dans le décryptage des produits ludiques.

Globalement, une grande partie des tests n'apprend rien aux joueurs qui lisent régulièrement la presse spécialisée, dans la mesure où les articles reprennent des informations parues auparavant dans les actualités et les avant-premières[1831]. Sans compter qu'un même jeu peut être testé plusieurs fois, en raison de ses commercialisations successives au Japon, aux Etats-Unis et en Europe[1832]. Les tests

[1826] Les différents critères regroupent généralement les graphismes, le son, les bruitages, la maniabilité, l'animation et la durée de vie.
[1827] Ces rubriques suivent la rubrique principale des tests des jeux.
[1828] C'est-à-dire principalement si le jeu est bon ou s'il ne l'est pas.
[1829] Ce type de rubrique porte le nom de « *Ze Killer* » dans *Consoles* + ou de « *Trashman* » dans « *Superpower* ».
[1830] Si un jeu attendu, qui fait partie d'une grande série, déçoit les testeurs ou s'il est mauvais, il sera tout de même inclut dans la rubrique régulière des tests.
[1831] En outre, certaines de ces informations se retrouvent aussi dans les manuels des jeux.
[1832] Dans ce cas, il faut noter que les avis des journalistes n'évoluent guère dans les différents tests. A de rares exceptions près, il y a une réévaluation d'une note et des jugements, soit en raison d'un certain recul par rapport

ont pour but de décrire les jeux[1833] et ils se concentrent et se centrent sur l'avis des testeurs. Ces derniers agissent envers les joueurs comme un camarade éclairé, qui conseille tel ou tel jeu et émet des avertissements sur ceux qui ne doivent pas être achetés (voire joués).

Exemples de tests dont les maquettes sont « très visuelles »

Illustration 3.3: Test du jeu *Assault Rigs* dans *Player One* n° 61 février 1996[1834]



Illustration 3.4: Test du jeu *Dragon Force* dans *Joypad*, n° 68 octobre 1997[1835]



aux jeux, soit parce que dans l'intervalle de la commercialisation entre le Japon et l'Europe est sorti un jeu de même type mais aux qualités supérieures.

[1833] La place accordée aux photos d'écran des jeux est importante. De plus, ces photos sont souvent de taille imposante.

[1834] Leflou, « *Test* : *Assault Rigs* » dans *Player One*, n° 61, février 1996, p. 88.

[1835] « *Test* : *Dragon Force* » dans *Joypad*, n° 68, octobre 1997, p. 96.

Illustration 3.5: Test du jeu *Xenogear* dans *Joypad* n° 74 avril 1998[1836]



Illustration 3.6: Test du jeu *Medal of honnor : l'offensive* dans *Génération 4* n° 170 octobre 2003[1837]



D'ailleurs, dans l'évolution de la critique des jeux vidéo et de cette rubrique test, on peut s'apercevoir que les articles possèdent un aspect de plus en plus visuel qui attire l'attention du joueur sur les photos d'écrans, les différents encarts et des données simples à comprendre (notes, icônes). Nous pouvons le voir en comparant les exemples ci-dessus et ceux de la page 483. Le cas de la note finale attribuée au jeu testé est typique. Nous remarquons qu'elle est mise en évidence, presque

[1836] Greg, « *Zoom, les sorties Japon* : *Xenogear* » dans *Joypad* n° 74 avril 1998, p. 60.
[1837] Leo de Urlevan, « *Test, action* : *Medal of honnor : l'offensive* » dans *Génération 4* n° 170 octobre 2003, p. 64.

détachée du reste de l'article. Le regard du lecteur se porte immédiatement sur cette donnée. Cette orientation est surtout visible dans la presse dédiée aux consoles de jeux et moins dans les magazines pour les jeux sur ordinateurs (exemple du test de *Medal of honnor : l'offensive*). Ainsi, tout est fait, au fur et à mesure, pour que les lecteurs puissent se rendre compte de l'avis des journalistes rapidement, en lisant le moins de texte possible[1838].

Nous pensons que cette tendance provient de facteurs liés à la fois au type de public auquel s'adressent ces magazines mais aussi à l'évolution de la société. Nous pouvons émettre l'hypothèse que le développement de l'aspect graphique de cette rubrique répond à une volonté de délivrer rapidement l'information. Cela pourrait découler de l'empressement (et de l'impatience) des lecteurs, des adolescents majoritairement, de connaître l'avis des journalistes sur les dernières nouveautés. De plus, une telle apparence serait aussi un moyen pour les rédactions de capter ce lectorat pour l'encourager à acheter régulièrement le magazine. On peut se demander si ce côté graphique et son amélioration ne renverraient pas, non plus, à l'aspect graphique des jeux. Nous savons que c'est une donnée importante pour les joueurs. Ainsi, pour les rédactions, il s'agirait de provoquer une analogie, en reprenant le cliché en vigueur, et d'indiquer implicitement que l'amélioration graphique du magazine signifie, comme celle des jeux, un journal de meilleur qualité. Le but est, selon nous, de ne pas paraître comme une revue ennuyeuse et surtout compliquée à lire, en opposition avec la lecture d'un livre qui peut être perçue comme une référence négative.

Par rapport à la société, rappelons que les joueurs correspondent à un public (homme, jeune) qui se désintéresse de la lecture durant la période que nous étudions[1839]. Cette presse spécialisée suivrait donc cette modification des comportements, en tentant d'accrocher (par le visuel) des joueurs qui sont de moins en moins des lecteurs. En outre, cela répondrait également à une volonté de consommer l'information rapidement. Une tendance qui se développe au-delà de la période étudiée, en parallèle avec la montée d'Internet, mais aussi des écrans dans la vie quotidienne. De la même façon, et en lien avec la progression des loisirs (dans

[1838] Il est plus ou moins possible de connaître le jugement des journalistes sans lire l'article.
[1839] Voir p. 406.

la société), nous pouvons voir dans ces maquettes très graphiques une forme d'information axée vers le divertissement. Celle-ci n'est pas nouvelle car elle apparaît à la télévision (par exemple sur la chaîne *Canal Plus*) et elle se développe avec Internet et l'apparition des medias en ligne. L'information doit alors avoir pour but non seulement d'informer mais aussi**,** et surtout**,** de divertir. Elle est principalement rapportée dans des articles courts, au ton léger et qui se veulent ludiques. Selon nous, elle s'oppose à une information centrée sur la réflexion et elle lorgne de plus en plus vers la communication (notamment celle des industriels du jeu vidéo). Nous y reviendrons dans une prochaine partie[1840].

La rubrique des « jeux étrangers »

A la croisée des deux précédentes rubriques que nous venons de voir, se trouve celle dédiée aux jeux étrangers[1841]. Suivant les publications, ce type d'information peut être mélangé aux actualités et aux tests dédiés au marché européen et français ou faire l'objet, comme c'est le cas le plus souvent, d'un espace propre[1842]. Lorsque nous parlons de jeux étrangers, cela fait référence aux jeux qui ne sont pas officiellement disponibles dans les commerces de France. Il s'agit de titres ludiques d'origine japonaise et américaine[1843]. Cette rubrique se développe au début des années 1990, à la faveur du retour en France des consoles et du dynamisme de ce segment du jeu aux Etats-Unis et surtout au Japon[1844]. Il est à noter qu'elle concerne surtout les magazines spécialisés dans les consoles. A cette époque, la principale difficulté dans l'élaboration d'une telle rubrique réside dans l'obtention de l'information, et notamment celle relative au marché japonais. Pour la réaliser, les

[1840] Voir p. 546.
[1841] Pour la majorité des joueurs, cette rubrique est plutôt connue sous le nom de « rubrique import ».
[1842] La rubrique dédiée à l'importation parallèle porte le nom par exemple de *Nihon no Tilt* dans *Tilt*, de *En vitrine à Tokyo* puis *Over the world* dans *Player One*, *Le Japon en direct* puis *Japon* dans *Consoles +* ou bien encore de *News Japon* puis *Made in Japan* dans *Joypad*. Notons que ce dernier magazine accentue, entre 1995 et 1996, la séparation entre ces deux types d'actualités en regroupant tout ce qui concerne l'information étrangère dans un supplément de quelques pages vendu avec la revue.
[1843] Notons que la part des jeux japonais est toujours la plus importante. L'actualité américaine est plutôt minimisée, ce qui fait que ce type de rubrique est avant tout une rubrique sur le Japon et sur ses jeux.
[1844] Ces deux pays (mais surtout le Japon) sont les principales sources des nouveautés et de l'information dans le secteur des jeux vidéo sur consoles.

journalistes français se procurent la presse étrangère[1845] et les magazines ont également recours à un correspondant permanent. Le développement d'Internet modifie profondément le travail de la rédaction, en facilitant non seulement les contacts, mais aussi en lui permettant d'avoir presque immédiatement les dernières nouvelles. En ce qui concerne les tests des jeux ou des consoles[1846], dans un premier temps, les rédactions obtiennent les produits ludiques (d'importation parallèle) auprès des magasins spécialisés. Toutefois, dans la seconde partie des années 1990, elles semblent privilégier l'achat des machines et de certains jeux.

Pour ces publications, la rubrique sur les jeux étrangers permet de montrer qu'elles sont à la pointe de l'information, en présentant les dernières nouveautés et, implicitement, les dernières modes en provenance du Japon. Elle est aussi, comme nous avons pu déjà l'indiquer, un des éléments du développement de l'importation parallèle en France[1847]. En effet, la mise en valeur et l'exposition de titres encore inédits sur le marché français, et l'engouement de certains journalistes pour ces jeux, incitent les joueurs à s'intéresser aux jeux japonais et américains[1848]. Cependant, il faut noter qu'une partie des lecteurs ne s'intéressent absolument pas à cette rubrique et que, par conséquent, ils choisissent de ne pas la lire[1849].

Terminons les rubriques de base des magazines par la catégorie des astuces et le courrier des lecteurs[1850]. Ces deux rubriques présentent un profil similaire selon nous car, à la fin de notre période d'étude, avec l'émergence des sites Internet consacrés aux jeux vidéo, elles perdent considérablement de leur importance et de leur intérêt.

[1845] A partir de la presse étrangère, les journalistes sélectionnent les actualités, les traduisent et ils découpent aussi les photos des jeux présentes dans ces magazines. Greg, « Sayenaza chers amis » dans *Joypad*, n° 132, juillet/août 2003, p. 8 col. 1.

[1846] Soulignons que les tests des jeux japonais ne sont pas obligatoirement réalisés par des journalistes qui connaissent la langue.

[1847] Rappelons que l'importation parallèle se développe en France également en raison des politiques commerciales des représentants français des constructeurs de consoles ou des éditeurs de jeux qui font que les ludothèques de certaines machines ludiques sont réduites. Nous pouvons noter aussi l'exclusivité japonaise (et américaine) de certains titres et de certains genres.

[1848] En outre, pour certains joueurs, s'intéresser à l'information étrangère est un élément qui permet de se différencier des autres joueurs, de rentrer pleinement dans une communauté et de s'affirmer comme un joueur fanatique, passionné et confirmé.

[1849] Cette décision peut être motivée par la barrière de la langue, mais aussi parce qu'un grand nombre de ces jeux ne concernent tout simplement pas le marché français (en plus de l'incertitude sur leur éventuel commercialisation dans l'hexagone).

[1850] Ces deux rubriques peuvent se placer, suivant les maquettes des magazines, soit au début soit à la fin de la publication.

Les astuces

Les astuces sont destinées à permettre aux joueurs d'accéder à certaines possibilités insoupçonnées des jeux ou à les aider dans leur progression[1851]. Dans cette rubrique[1852], ils peuvent ainsi trouver des codes sous la forme de chiffres ou de lettres[1853] ou bien encore des manipulations à effectuer avec la manette du jeu, à réaliser ou à entrer à un moment donné de la partie[1854]. Dans une grande majorité des cas, les astuces sont prévues par les développeurs des logiciels ludiques[1855]. Elles peuvent également prendre la forme de conseils, de descriptions (jeu, niveau, personnages) ou de révélations de techniques particulières pour passer une étape du jeu plus facilement (un niveau, un boss, avoir tel objet pour passer tel obstacle).

En plus de la rubrique astuce proprement dite, les magazines sont susceptibles de publier, en leur sein ou à part dans des fascicules, des solutions partielles ou complètes des jeux (avec plan détaillé des niveaux). En outre, dans la première partie des années 1990, il est fréquent de retrouver de telles données dans les tests des jeux et notamment dans ceux qui comptent plusieurs pages. Enfin, un dernier type de rubrique d'aide est proposé aux joueurs par quelques magazines comme *Tilt* ou *Super Power*[1856]. Son fonctionnement repose sur l'entraide entre les joueurs, puisqu'elle marche selon le principe des questions/réponses. Des lecteurs exposent leurs problèmes dans un jeu, tandis que d'autres écrivent au journal pour donner la solution à adopter.

[1851] Par exemple de sauter un niveau ou d'obtenir plus de points de vie.
[1852] Au sein des magazines, on parle entre autre d'astuces, de *tips* ou bien de *poke* (durant les années 1980, pour ce dernier terme, dans les magazines dévolus aux jeux sur ordinateurs).
[1853] Durant les années 1980, certaines astuces pour ordinateur s'apparentent à de la programmation, dans le sens où ce sont des programmes courts (principalement en langage *Basic*), diffusés sous forme de liste, que les joueurs doivent recopier et sauvegarder sur disquette avant de les exécuter avec leurs jeux.
[1854] Au début du jeu (écran titre, ou début de la partie), ou bien durant son déroulement (pause durant le jeu, entre deux niveaux).
[1855] Il est à noter qu'il existe une catégorie d'astuces qui s'obtient au moyen d'un appareil spécifique qui ne possède pas de caractère officiel (avalisé par le constructeur de la machine ludique). Les joueurs rentrent des codes (des séries de chiffres et de lettres) pour obtenir, même si le jeu ne l'autorise pas, divers bénéfices comme des vies infinies, une invincibilité, des objets en quantité illimitée ou bien encore la faculté de choisir ses niveaux de jeux. Parmi les modèles les plus connus, il y a sur console le *Game Génie* et surtout l'*Action Replay*.
[1856] Dans *Tilt*, la rubrique se nomme *SOS aventure* (et à l'intérieur de cette rubrique, *Message in a bottle* pour la partie réservée aux questions des lecteurs). Dans *Super Power*, elle est intitulée *Allo Sumo Bobo*.

La rubrique astuce est conçue par les journalistes, qui publient à la fois les astuces qu'ils trouvent et celles qui leurs sont révélées par les éditeurs eux-mêmes. C'est une rubrique à tendance communautaire, puisque les joueurs peuvent aussi écrire aux magazines pour partager leurs trouvailles[1857]. C'est un espace qui possède une certaine importance jusqu'à la fin des années 1990 où il commence à perdre grandement de son intérêt, principalement en raison du développement d'Internet. Les contributions des lecteurs et le grand nombre d'aides (plan, solution) diminuent, au profit d'astuces fournies par les éditeurs. De plus, elles se concentrent alors uniquement sur les jeux officiels. Les lecteurs ne s'intéressent plus à ce genre de rubrique qui compte de moins en moins de pages et passe pour un espace de second plan[1858].

Comme pour la presse écrite traditionnelle, Internet est un concurrent redoutable en raison de la rapidité de la disponibilité des astuces[1859], de l'immédiateté de la consultation et de l'importance de la base de données accessible[1860]. Le site Internet *Gamefaqs*[1861], spécialisé dans les astuces de jeux vidéo (astuce, plan, solution), symbolise cette nouvelle donne en devenant un point incontournable pour les joueurs cherchant de l'aide. La base de données du site contient tous les jeux sortis et ce sur presque tous les supports existants (consoles et ordinateurs). Il fonctionne par contribution des « internautes » qui rédigent les solutions (en plus de proposer les astuces), c'est-à-dire qu'ils expliquent le fonctionnement du jeu[1862], décrivent son déroulement et les manières de passer les obstacles. En plus de ce type de site, ou

[1857] Notons une initiative unique provenant des magazines *Joystick Hebdo*, *Joystick* et *Joypad*, qui proposent, au tout début des années 1990, de rémunérer les joueurs dont les astuces, les plans ou les solutions sont publiés. Par exemple, au lancement de *Joystick Hebdo* et de *Joystick*, la rémunération est de 50 francs (7,6 euros) pour une astuce, de 200 francs (30,4 euros) pour un « *linsting* », 300 francs (45,7 euros) pour une solution et 400 francs (60,98 euros) pour un plan. Dans *Joypad*, le gain de la publication d'une astuce est de 50 francs (7,6 euros). Voir : Daniel et Daniel, « *Jeux Crack* » dans *Joystick Hebdo*, n° 10, 11 janvier 1989, p. 4 col. 1. ; Danboss et Danbiss, « *Jeux Crack* » dans *Joystick*, n° 1, janvier 1990, p. 55 col. 1. ; Stef, « *Astuces* » dans *Joypad*, n° 8, mai 1992, p. 164 col. 1.

[1858] A la fin de notre période d'étude, les mois où l'actualité est importante et où il y a un grand nombre de tests, la rubrique astuce peut être supprimée.

[1859] Quelques jours (voire heures) après la sortie d'un jeu (surtout s'il est particulièrement attendu), les premières astuces, aides et autres plans sont susceptibles d'être disponibles.

[1860] Il est possible de trouver de l'aide pour pratiquement tous les jeux (des plus anciens aux dernières nouveautés).

[1861] Ce site est en langue anglaise et il n'existe pas d'équivalent dans la presse française en ligne. http://www.gamefaqs.com

[1862] Un même jeu peut avoir plusieurs fichiers de solutions, réalisés par différentes personnes.

d'une rubrique astuce des magazines en ligne, les forums de discussion, sans être spécialisés (dans les astuces), peuvent également contenir quelques aides[1863].

Le courrier des lecteurs

Le courrier des lecteurs est le principal espace de communication entre les joueurs et les rédactions des magazines spécialisés[1864]. Le mode de fonctionnement de cette rubrique adopte généralement le format « questions/réponses »[1865], car la plupart des lettres reçues par les journalistes contiennent des interrogations des joueurs.

Voici trois exemples typiques de lettres des lecteurs. Nous débutons par deux lettres issues du *Joypad* n°13 d'octobre 1992 :

« Cher Joypad,
1) Le CD Rom 32 bits de Nintendo, c'est cool, mais à quand sa sortie est-elle reportée ? Le prix augmentera-t-il ? Et celui des CD ?
2) Se posera-t-il un problème de compatibilité entre le CD-Rom japonais et console française, et vice-versa ? »[1866]

« Salut,
1) Populous sortira-t-il sur Super Nintendo ou sur Megadrive ?
2) Street of Rage 2 fera-t-il de l'ombre à Street Fighter 2 ?
3) Quand sortira le Mega CD en France ? »[1867]

[1863] Elles peuvent être demandées soit explicitement par un joueur, ou soit être plus ou moins implicite**s**. Dans ce cas, elles sont données dans le fil de la discussion, au fur et à mesure que les joueurs discutent d'un titre ludique.
[1864] Durant notre période d'étude, il s'agit du moyen le plus simple et le plus utilisé pour contacter les rédactions. Toutefois, ce n'est pas le seul. Notons tout d'abord le Minitel. La majorité des magazines ouvrent leur propre serveur (entre la seconde moitié des années 1980 et la première partie des années 1990), dans lequel les joueurs peuvent trouver toutes les rubriques habituelles de la presse (tests, avant-premières, actualités, astuces). Les utilisateurs y trouvent également un système de messagerie, des petites annonces et différents concours. Ensuite, certaines rédactions mettent en place (au début des années 1990) un service téléphonique, ouvert uniquement à des horaires prédéfinis, principalement pour aider les joueurs dans les jeux. Il est à noter qu'après la fin de ce type de service, des lecteurs continuent d'appeler les rédactions, de manière sporadique, pour avoir des conseils d'achat ou de l'aide. Enfin, au début des années 2000, l'usage du courrier électronique se développe.
[1865] Notons le choix particulier du magazine *Consoles +* qui ne publie pas directement les courriers des lecteurs. Le responsable de la rubrique livre leurs questions en les résumant.
[1866] « *Courrier des lecteurs* » dans *Joypad*, n° 13 octobre 1992, p. 5 col. 1.
[1867] *Ibid.* col. 2.

La troisième provient du *Tilt* n° 106 d'octobre 1992[1868] :

« Salut la rédaction ! J'ai quelques questions à poser au sujet de la nouvelle bête (ah ! ah !) d'Atari, le Falcon :
1) Le Falcon est-il réellement supérieur techniquement au STE ou est-ce juste un STE avec deux ou trois gadgets en plus ?
2) J'envisage de vendre mon 1040 STE au profit d'un Falcon. Mes jeux pourront-ils toujours fonctionner sur cette nouvelle machine, ou devrais-je tous les revendre ?
3) Mon imprimante et mon drive externe seront-ils toujours acceptés par le Falcon ? »

Quelquefois, certaines lettres des lecteurs sont publiées pour leur réflexion et le ressenti exprimés par les auteurs. Nous pouvons citer l'exemple d'un certain ECCR qui écrit en octobre 1992 à *Tilt* pour se plaindre du prix des jeux et pour justifier la pratique du piratage :

« Pourquoi les jeux sont-ils vendus entre 150 francs et 450 francs ? Pourquoi le piratage serait-il nuisible ? »[1869] […] Le piratage : je suis pour et je suis contre. Le pour : cela permet actuellement aux jeunes sans argent de pouvoir jouer aux jeux qu'ils n'ont pas les moyens d'acheter »[1870].

Globalement, les interrogations des lecteurs sont centrées presque toujours sur les mêmes thèmes liés aux jeux vidéo, tels que les dates de commercialisation (jeu ou machine ludique), les avis des journalistes sur les meilleurs jeux, consoles ou ordinateurs. Avec ce type de questions, les joueurs recherchent des conseils d'achat. L'autre thème récurrent des courriers aborde la profession de journaliste dans le secteur du jeu vidéo. Les joueurs sont très curieux sur ce métier et surtout sur les moyens qui permettent de devenir journaliste (étude à faire, comment entrer dans le « milieu »). Suivant les époques, des sujets apparaissent dans le courrier comme celui de l'importation parallèle, le piratage ou le choix entre deux machines concurrentes (*Atari ST* ou *Amiga* ? *Super Nintendo* ou *Megadrive* ?). Avec cette

[1868] JLJ, « *Forum* » dans *Tilt*, n° 106, octobre 1992, p. 156 col. 1.
[1869] *Ibid.* p. 152 col. 2.
[1870] *Ibid.* col. 3.

rubrique, les joueurs expriment aussi leurs opinions, ils commentent l'actualité, la politique commerciale d'une marque ou ils s'indignent de certaines pratiques (prix des jeux par exemple).

Soulignons que la plupart des lettres publiées contiennent des compliments sur la revue et seules quelques-unes font état de critiques négatives[1871]. Nous en avons un exemple en avril 1998, quand un lecteur exprime son mécontentement vis-à-vis du changement de notation de *Joypad*. Il écrit :

« Zéro pointé,
Je prends ma plume pour manifester mon mécontentement. Depuis le changement de notation, « l'excellent » Joypad est tout bonnement devenu le « bon » Joypad. Je trouve le nouveau système de notation beaucoup moins clair, moins précis, moins explicite, moins tout. Je suis à 100 % - bon d'accord à 10/10- pour le retour aux notes sous forme de pourcentage. Car comment allez-vous faire pour différencier des jeux comme Top Gear Rally (92%) et V-Rally (96%), si vous les affublez chacun d'un 9/10 ? Comment serons-nous lequel choisir ? »[1872]

Ces lettres critiques sont publiées uniquement lorsqu'elles sont argumentées, et pour permettre aux journalistes et au magazine de répondre aux accusations, de rectifier les propos et de clarifier leur position.

Les rubriques de soutien

A ces rubriques de bases, nous notons des rubriques qui viennent enrichir le contenu des magazines. Elles peuvent être régulières, irrégulières, spécifiques à une machine ludique, aborder des sujets liés aux jeux vidéo ou bien être centrées sur les journaux et leur rédaction.

Les dossiers et les reportages

[1871] Naturellement, nous n'avons eu connaissance que des lettres publiées. Nous pouvons penser que les rédactions des magazines effectuent des sélections et qu'elles se font de la publicité en faisant paraître des éloges. En outre, il est aussi possible que certaines lettres ne soient pas authentiques, mais rédigées par journalistes.
[1872] « *Courrier des lecteurs* » dans *Joypad*, n° 74, avril 1998, p. 140 col. 2 et 3.

Tout d'abord, évoquons le cas des dossiers et autres reportages qui sont censés apporter aux magazines un complément d'informations et surtout un traitement plus en profondeur des différents thèmes liés aux jeux vidéo. Les sujets de prédilection, observés sur l'ensemble de la période étudiée, se rapportent presque exclusivement aux jeux et aux machines ludiques[1873] mais aussi parfois à un genre de jeu en particulier, voire à une entreprise[1874]. Le choix des sujets est dicté la plupart du temps par l'actualité, à la suite d'une présentation chez un éditeur ou en raison de la popularité auprès des joueurs d'un jeu, d'une franchise ou d'un genre de jeux[1875]. Il est à souligner que des dossiers sont systématiquement proposés aux lecteurs, suite aux grands salons de jeux vidéo ou durant une compétition sportive importante (Jeux Olympiques, Coupe du Monde de football par exemple)[1876].

D'une manière générale, ce type d'article s'apparente, aussi bien dans le fond que dans la forme, aux actualités et aux tests des jeux[1877]. Ainsi, les lecteurs retrouvent des informations techniques[1878], des avis personnels, des comparaisons avec d'autres jeux ou systèmes de jeux et des photos inédites. Il peut aussi y avoir des entrevues avec les développeurs du jeu ou le représentant d'un constructeur lorsqu'il s'agit d'un dossier sur des ordinateurs ou des consoles. Hormis quelques exceptions[1879], ces articles, qui disposent d'un certain nombre de page, demeurent dans le registre de la description.

Les rubriques techniques

Parmi les autres rubriques, notons les pages d'explications techniques dont certaines s'apparentent à des rubriques d'apprentissage. C'est le cas durant les

[1873] Pour les ordinateurs *PC*, cela concerne aussi les composants comme les cartes graphiques ou les microprocesseurs.
[1874] Il s'agit le plus souvent d'une présentation de l'entreprise et d'un historique succinct et chronologique.
[1875] Dans ce cas, le dossier comporte un historique du genre, des explications sur les principes de base, voire parfois il tente d'expliquer les raisons du succès en France. Il se termine par des tests de logiciels ludiques.
[1876] Pour les événements sportifs, étant donné la commercialisation de plusieurs jeux relatifs aux sports concernés, les dossiers ne sont que prétexte à un regroupent de tests.
[1877] Notons que beaucoup de dossiers comportent des tests de jeux, à la manière de ceux que le lecteur trouve dans la rubrique dédiée des magazines.
[1878] Historique du développement avec présentation des équipes techniques, scénario du jeu, graphismes, musiques, propos sur la jouabilité, caractéristiques techniques dans le cas d'une machine ludique.
[1879] Notamment dans les colonnes de *Tilt*.

années 1980 avec la programmation et le langage *Basic*[1880]. Outre des listes de programmes publiés, que l'utilisateur doit recopier à l'aide de son logiciel de programmation, les magazines dispensent aussi de véritables cours. Ils expliquent les bases du langage (de programmation), ses rudiments et ils donnent des explications sur les différentes fonctions utiles ou réalisables. Ses méthodes, couplées aux listes de programme, permettent aux utilisateurs de s'entraîner, de progresser et même de proposer leurs propres créations. Durant les années 1990, à l'arrivée du CD-ROM et des consoles de jeux de génération 32 bits, certaines publications lancent des rubriques de vulgarisation sur les techniques et les procédés de réalisation des jeux, particulièrement ceux en trois dimensions. Ainsi, les lecteurs peuvent s'instruire sur certains effets spéciaux utilisés par les développeurs ou sur les particularités des jeux en trois dimensions[1881]. De plus, le fonctionnement du matériel est également explicité[1882].

Les rubriques concernant d'autres systèmes de jeux

Les publications sont susceptibles de proposer à leurs lecteurs un espace qui concerne les plates-formes ludiques, autres que celles qui sont leur sujet central. Ainsi, il s'agit d'évoquer l'actualité et parfois de réaliser des tests de jeux des autres systèmes ludiques existants sur le marché. Deux raisons poussent les journalistes à les évoquer. D'une part, les liens, plus ou moins importants, qui unissent les différentes machines et**,** d'autre part, le succès auprès des joueurs d'une certaine forme de jeux vidéo.

Ainsi, les jeux d'arcade sont traités dans un magazine tel que *Tilt*, dans la première partie des années 1980, car ils connaissent le succès auprès des joueurs et parce qu'ils sont à la pointe des nouveautés (et de la technique). En outre, une rubrique arcade est présente au sein des magazines dédiés aux consoles, en raison

[1880] Notons que les magazines n'accompagnent pas le développement des activités artistiques sur ordinateur (essentiellement art graphique, musique) en créant des rubriques appropriées, comme ils l'ont fait avec la programmation. Cependant, ils sont susceptibles de publier quelques « œuvres » des lecteurs et des articles relatifs aux programmes dédiés et à leur utilisation.
[1881] Par exemple, les articles abordent le sujet des polygones ou des différentes textures qui peuvent y être appliquées.
[1882] Il peut s'agir de présenter une console sous l'angle technique, en expliquant les spécificités de certains de ses composants (comme le microprocesseur ou les puces additionnelles présentes dans les cartouches pour une machine qui utilise ce type de support de stockage).

de la domination japonaise sur ces deux segments des jeux vidéo, mais aussi parce que de nombreux jeux d'arcade sont adaptés sur console. Les logiciels ludiques sur console sont examinés dans certains magazines de jeux sur ordinateur, à la fin des années 1980, à cause de la popularité et du regain d'intérêt des joueurs pour cette forme de jeux vidéo[1883]. Par contre, hormis quelques cas tel que *Joypad* (dans une proportion restreinte), les magazines dédiés aux consoles de jeux ne s'intéressent pas aux jeux sur ordinateur.

Parmi les autres sujets abordés, notons tout ce qui concerne le commerce de jeux vidéo (achat, vente)[1884], des classements des jeux les plus populaires ou bien encore**,** dans le magazine *Joypad*, la musique (de jeux vidéo) ou l'histoire de cette industrie[1885].

Les espaces réservés aux lecteurs et à la rédaction

Ensuite, en dehors des rubriques liées aux jeux vidéo, les magazines disposent de rubriques destinées à obtenir une participation des lecteurs, mais aussi d'espace réservé à leur rédaction. Cela prend essentiellement deux formes dont la première n'est pas originale puisqu'elle regroupe des rubriques classiques (de la presse en général) telles que les concours[1886], l'abonnement à la publication[1887] et les petites annonces (vente, achat, correspondance)[1888].

[1883] La rubrique des jeux sur console devient même, dans un journal comme *Joystick*, un magazine indépendant à l'intérieur du magazine.

[1884] Marché de l'occasion, argus, fonctionnement des magasins indépendant, des franchisés, méthode et conseils pour acheter et vendre ses jeux.

[1885] Signalons que les sujets historiques ne passionnent pas les revues car seul le magazine *Joypad* lance**,** entre 2001 et 2003, une rubrique régulière sur le sujet. Entre 2001 et 2002, il publie une série d'articles de deux pages sur l'histoire des jeux vidéo puis, de 2002 à 2003, le magazine fait l'historique (toujours en deux pages) de différents développeurs de jeux. La taille restreinte de la rubrique ne permet pas d'approfondir la réflexion et les informations historiques sont succinctes et souvent événementielles.

[1886] Les concours organisés par les magazines permettent de gagner généralement des lots allant de t-shirts à des objets quelconques, en passant par des abonnements à la publication mais aussi**,** et surtout des jeux, voire des machines ludiques. Les concours se présentent sous l'aspect principalement de questionnaires, parfois de sondages, ainsi que de contributions de dessins. Notons que *Joypad* dispose d'une rubrique nommée *Joybank*, qui s'apparente à un concours permanent et mensuel, et qui fonctionne sur le principe des enchères (chaque mois, le magazine fournit aux lecteurs des billets, faisant office de monnaie du concours).

[1887] Pour nous, les offres d'abonnement sont assimilables à une rubrique dans certains magazines. Outre les économies réalisées sur l'achat du magazine, l'abonnement est souvent accompagné d'avantages (gratuité d'une petite annonce ou heures gracieusement offertes pour consulter le serveur Minitel du journal) et de divers « cadeaux ». Parfois, les magazines sont même en mesure de proposer des jeux.

[1888] Jusqu'au milieu des années 1990 environ, les petites annonces disposent d'un certain nombre de pages et elles semblent être une rubrique essentielle aux magazines.

La seconde, pour sa part, est une mise en scène de la rédaction et de ses membres. D'un côté, il y a un « trombinoscope » qui permet tout d'abord aux lecteurs d'identifier visuellement les journalistes. Voici quelques exemples :

Illustration 3.7 : « Trombinoscope » de *Tilt* 121[1889]



Illustration 3.8 : « Trombinoscope » de *Consoles* + 96[1890]



Illustration 3.9 : « Trombinoscope » de *Joypad* 100[1891]

[1889] « *Trombinoscope* » dans *Tilt*, n° 121, décembre 1993, p. 10.
[1890] « *Trombinoscope* » dans *Consoles* +, n° 96, janvier 2000, p.154.
[1891] « *Top redac* » dans *Joypad*, n° 100, septembre 2000, p. 113.





Ce trombinoscope est presque toujours réalisé sur un ton léger et humoristique. Suivant les rédactions, il peut revêtir l'aspect d'un roman photo, à la manière de *Tilt* et *Consoles* +, ou être, comme dans *Joypad*, un espace où chaque rédacteur fait un billet d'humeur sur un thème commun, tout en indiquant son jeu du mois. De l'autre, nous observons une initiative unique proposée par la rédaction de *Joypad*, à savoir une rubrique sur la vie de la rédaction, qui montre aux lecteurs, partiellement, le travail et le quotidien des journalistes de jeux vidéo.

Les rubriques dont les thèmes ne sont pas les jeux vidéo

Enfin, terminons par les rubriques dont les thèmes ne sont pas les jeux vidéo. Elles peuvent avoir, ou non, un lien avec ce loisir et, pour une majorité d'entre elles, elles s'intéressent à différents éléments de la culture populaire et juvénile. A la manière des rubriques sur les jeux vidéo, ce type de catégorie se place sous le signe des actualités ou de la simple présentation. Leur but est aussi d'indiquer aux lecteurs les bonnes initiatives et parfois implicitement de faire partager la passion d'un rédacteur pour des œuvres ou des artistes. Globalement, sont abordés le cinéma (film, sortie de cassette vidéo ou disque DVD), la musique (disque et concert), la bande dessinée (américaine, parfois franco-belge) et quelques fois la télévision (série, émissions). Il y a également des présentations d'objets technologiques (matériel « hi-fi », télévision) ou informatiques (plutôt haut de gamme).

Un sujet se remarque particulièrement, c'est celui de l'animation japonaise et du *manga* dont une rubrique spécifique apparaît dans les magazines dédiés aux consoles de jeux[1892] durant la seconde moitié des années 1990. Nous avons déjà abordé l'ascension de cette culture[1893], mais rappelons qu'il y a, à ce propos, un plébiscite de la jeunesse lié à la diffusion à la télévision de séries japonaises et à l'émergence en France de l'édition de *manga* (bandes dessinées japonaises). Une telle rubrique se justifie aussi par le rapport étroit entre ces deux univers japonais et les jeux vidéo sur console, étant donné l'origine japonaise de ces machines ludiques. Sans compter que nombre de jeux[1894] sont des adaptions des séries animées ou des bandes dessinées les plus populaires. En outre, cet espace est, avec la couverture, un moyen pour les magazines de participer à ce phénomène de société, de montrer qu'ils sont au fait des dernières tendances et d'attirer vers eux les joueurs passionnés par le Japon et ses divertissements.

Conclusion : des rubriques axées vers l'actualité et les tests des jeux

Nous venons de voir la plupart des rubriques que proposent les magazines de jeux vidéo à leurs lecteurs. Elles sont centrées exclusivement sur les jeux vidéo (machines et logiciels ludiques) mais elles peuvent aussi, de manière plus succincte, aborder d'autres sujets liés de près ou de loin à ce loisir numérique. L'observation principale qui se dégage de leur étude est leur orientation vers l'actualité et l'information. Ainsi, la plupart du temps, les magazines ne font que de la diffusion, de la présentation et du commentaire. L'autre aspect primordial de ces rubriques est le jugement des journalistes qui donnent leur aval ou leur réprobation sur tels ou tels jeux, sur telles ou telles actualités.

Voici deux exemples caractéristiques tirés de tests de jeux. Le premier avis est donné sur le jeu *Cohorte 2* sur *Atari ST* :

« malheureusement, la maîtrise technique, les graphismes de grande qualité, les scrollings fluides, les musiques magnifiques et autres bruitages riches sont

[1892] Les magazines instituent de telles rubriques, notamment parce qu'elles sont demandées par leurs lecteurs. C'est le cas pour *Joypad*, d'après les responsables de la rubrique (dénommée *Anim'Pad*). Greg , Oliv'Gotoon, « *Anim'Pad* » dans *Joypad*, n° 32, juin 1994, p. 154 col. 1.
[1893] Voir p. 43.
[1894] Certains de ces jeux parviennent en France.

absolument absents de Cohorte 2. Les animations sont moches, les sprites aussi, il y a peu de couleurs et le tout est assez lent. De plus, la maniabilité est un peu lourdingue au début, il faut jongler avec les touches qui, si vous possédez un clavier azerty, sont assez mal agencées. Heureusement, il y a peu de manipulations à faire, le soft est suffisamment bien pensé et le joueur s'habitue plutôt rapidement à ces choix tordus. Par ailleurs, le jeu est amusant, la stratégie a déployer pour gagner agréable et motivante. Du coup, Cohorte 2 est réservé aux joueurs capables d'oublier complément l'horreur technique. Ils pourront alors profiter pleinement du jeu »[1895].

Le second jugement concerne le jeu *Clockwork Knight* sur *Saturn* :

« Clockwork Knight est le premier jeu de plates-formes sur Saturn et augure du meilleur pour l'avenir. Ce jeu est en effet à la fois techniquement révolutionnaire, incroyablement impressionnant graphiquement et plein d'innovation. »[1896]

Il conclut en résumant son avis :

« les créateurs de ce jeu sont des génies, c'est tout ! Pour un premier essai, un premier jeu, on tient déjà un hit du jeu de plate-forme nouvelle formule. C'est bourré de créativité ; les nouvelles techniques 3D rendues possibles sur 32 bits sont utilisées, et Clockwork garde tout l'intérêt des jeux classiques du même genre sur 16 bits. Encore bravo, Sega ! »[1897]

Nous pouvons nous rendre compte qu'il n'y a pas de réflexion profonde mais principalement des jugements basés le ressentis vis-à-vis d'un logiciel ludique. Hors quelques magazines qui proposent des sujets plus fouillés, il n'y a pas, pour ainsi dire, de sujet de fond, de véritables articles d'opinion qui analysent l'univers de ce nouveau type de loisir[1898] autrement que par le spectre de l'actualité. Il en est de

[1895] Seb, « *Test* : *Cohorte 2* » dans *Joystick*, n° 39, juin 1993, p. 143 col. 2.
[1896] Olivier, « *Test* : *Clockwork Knight* » dans *Joypad*, n° 45, septembre 1995, p. 70 col. 3.
[1897] *Ibid*. p. 71
[1898] Notons qu'une version française du magazine anglais *Edg*e, reconnu pour ses articles de fond sur l'univers et l'industrie des jeux vidéo, est éditée au début des années 2000. Cette version n'obtient pas de succès auprès des lecteurs et elle est rapidement retirée de la vente. En outre, les magazines *Joypad* et *Gaming* sont les seuls à proposer, à la fin de l'année 2003, une ou plusieurs rubriques qui accueillent des articles de réflexion.

même avec la presse sur Internet, même si parfois les dossiers proposés, ainsi que certains articles, sont plus recherchés et plus érudits (principalement sur le côté technique).

e) Les journalistes de jeux vidéo

Les journalistes spécialisés dans les jeux vidéo[1899] sont des figures emblématiques du secteur qui sont perçues par les joueurs comme des experts, des pratiquants confirmés, dont les avis comptent[1900]. Membres à part entière de la communauté des joueurs, ils font aussi le lien entre ces derniers et les professionnels de l'industrie, notamment en rapportant les dernières informations et autres rumeurs. Certains joueurs les considèrent même comme des camarades, voire des grands frères qui les guident chaque mois dans cet univers de loisirs numériques.

Le rôle des journalistes de jeux vidéo

Le principal rôle des journalistes de jeux vidéo est ainsi de conseiller les joueurs, c'est-à-dire de leur indiquer quels sont les jeux et les machines dignes d'intérêt, et donc ceux et celles qui méritent leur investissement. Si l'objectivité est de mise, et est un critère réclamé par les lecteurs, les avis des journalistes sont souvent fondés sur le ressenti et donc la subjectivité. Surtout, les produits ludiques sont essentiellement évalués selon des critères techniques, censés englober toutes les composantes d'un jeu ou d'une machine, et être suffisamment clair pour parler immédiatement aux joueurs. Il est à noter qu'il n'existe pas vraiment d'école ou de courant dans la manière de critiquer les jeux vidéo. Toutefois, on peut remarquer que certains testeurs vont privilégier les graphismes (et plus généralement les critères purement techniques)[1901], tandis que d'autres portent leur attention d'avantage sur la jouabilité des jeux[1902]. Ainsi, suivant les préférences de chacun, la conclusion d'un article peut être différente. Dans le cas où un jeu possède une bonne jouabilité mais aussi des lacunes techniques, d'un côté ces dernières vont être un défaut important

[1899] Les journalistes spécialisés en jeux vidéo sont également connus sous le nom de testeurs, en raison de leur activité qui consiste avant tout à évaluer, à essayer les jeux. Il est à noter qu'il ne faut pas confondre ces « journalistes testeurs » avec les testeurs qui prennent part au développement d'un jeu et dont la mission est de tester les différentes parcelles du logiciel ludique pour en déceler les bogues.

[1900] Notons que les journalistes et leurs opinions ne font pas forcément l'unanimité. S'ils peuvent être adulés, ils peuvent aussi être violemment conspués. Nous verrons les reproches que font les joueurs à la presse et aux journalistes dans le paragraphe dédié à ce sujet. Voir p. 532.

[1901] Nous remarquons en général, et sur l'ensemble de la période étudiée, une certaine corrélation entre les critiques positives et les titres ludiques techniquement aboutis et impressionnants (principalement lorsqu'il s'agit des graphismes).

[1902] Kahn (Alain), Richard (Olivier), *Les Chroniques de Player One : 20 ans de jeu vidéo et de manga*, Boulogne-Billancourt, Pika Edition, 2010, 299 p. ; p. 58.

pour le journaliste, de l'autre il y aura une tendance à conseiller malgré tout le programme ludique et à inviter les joueurs à passer outre la technique, pour en profiter du jeu

L'exercice de la profession

L'exercice de ce métier est sujet à un cliché en vigueur chez certains joueurs fanatiques, à savoir celui d'une personne payée pour passer ses journées à jouer et surtout à essayer les dernières nouveautés. L'univers de ces journalistes est un monde plutôt restreint, jeune[1903], et où la plupart des personnes se connaissent. Dans certains cas, notamment au début des années 1990, les rédactions deviennent même des lieux de loisirs pour les journalistes qui se retrouvent non plus entre collègues, mais entre camarades[1904]. Le travail comporte plusieurs éléments dont les plus importants sont les tests des produits ludiques[1905]. A l'évaluation des jeux s'ajoutent l'élaboration des diverses rubriques du magazine, des visites chez les éditeurs et les développeurs pour la réalisation des entrevues et les présentations des titres en développement[1906]. Enfin, la présence des journalistes est aussi requise lors de soirées événementielles, organisées pour le lancement des différents produits. En ce qui concerne la charge de travail, celle-ci peut être variable (suivant les mois et le statut du journaliste)[1907] et les journées sont, selon les témoignages que nous avons pu lire, peu routinières.

[1903] Par exemple la moyenne d'âge de la rédaction de *Player One*, au début des années 1990**,** est de 24 ans (21 ans en ne prenant que les testeurs réguliers). Le rédacteur en chef a quant à lui 31 ans et il est l'un des plus âgés**.** *Ibid*. p. 78.

[1904] Ainsi, il arrive que les journalistes se rendent dans les locaux du journal le week-end pour assouvir leur passion du jeu. De même, nous pensons que parfois les heures de travail se confondent avec les heures de détente. Une rédaction comme celle d'*Amstrad Cent Pour Cent* est ouverte par exemple toute la journée sans interruption (24h sur 24). *Ibid.* p. 45.

[1905] Les tests se découpent en plusieurs étapes. Il y a la phase de jeu pour essayer les logiciels ou les machines ludiques, la prise de photos des écrans des jeux (pour des raisons techniques, il s'agit jusqu'au milieu des années 1990, d'un des éléments les plus compliqués à réaliser) et enfin la rédaction de l'article.

[1906] C'est l'occasion pour les journalistes de faire des voyages, mais aussi parfois des activités peu courantes organisées par les éditeurs en marge de la présentation de leurs produits.

[1907] Selon le rédacteur en chef adjoint de *PC Jeux* (en décembre 2001), la charge de travail peut être importante et surtout les journalistes se doivent d'être disponibles. Il est à noter que, selon les rédactions, il semble que les horaires ne soient pas stricts, surtout lorsque les journalistes sont des pigistes. Par exemple, la majorité des journalistes du magazine *Amstrad Cent Pour Cent* arrivent à la rédaction au alentour de 12h/13h, tandis qu'au début des années 2000, un pigiste comme Christophe Delpierre peut commencer sa journée à la rédaction de *Joypad* vers 15h et repartir vers 18h/19h. En outre, le travail nocturne et à domicile sont également de mises. Voir : Gaultier (Pierre), « *Interviews* : Cyril Berrebi » dans *Polygoneweb.online.fr*, décembre 2001, http://polygonweb.online.fr/berreb.htm ; Kahn (Alain), Richard (Olivier), *Les Chroniques de Player One : 20 ans de jeu vidéo et de manga*, Boulogne-Billancourt, Pika Edition, 2010, 299 p. ; p. 45 ; Gaultier (Pierre),

Les journalistes ont dans l'ensemble conscience d'exercer une activité unique et enviée des joueurs. Elle leur permet non seulement d'assouvir souvent leur propre passion de façon exclusive, mais aussi de découvrir tous les aspects de l'industrie et du développement de jeux vidéo. Signalons que leur influence, sauf exception extrêmement rarissime, s'exerce uniquement sur les lecteurs, malgré les contacts avec les développeurs et les avis qu'ils peuvent donner sur des programmes ludiques encore en développement.

Le recrutement

En ce qui concerne le recrutement des journalistes testeurs, c'est une question qui suscite, de la part des joueurs et des lecteurs, de nombreuses interrogations et une véritable envie de connaître les différents moyens pour entrer dans le métier. Ainsi, périodiquement, les lecteurs demandent, par l'intermédiaire de la rubrique courrier, quelles sont les études à faire pour devenir testeurs ou bien encore la marche à suivre pour intégrer les rédactions. L'embauche dans ce milieu[1908] se fait de manière classique, c'est-à-dire à la suite d'une campagne de recrutement[1909], par candidature spontanée ou bien grâce à un réseau de connaissances (recommandation, cooptation). Néanmoins, l'entrée dans ce milieu du journalisme spécialisé est difficile. Souvent, il y a une part de hasard et de chance car il s'agit d'être présent à un moment opportun ou bien alors de rencontrer les personnes compétentes. En outre, il nous semble qu'il devient de plus en plus compliqué d'intégrer cet univers, à mesure que celui-ci se professionnalise, se constitue et que le marché de la presse dédiée aux jeux vidéo se stabilise[1910]. De ce fait, il existe beaucoup de demandes, et de personnes prêtes à travailler en tant que journaliste testeur, et très peu de places disponibles[1911].

« *Interviews* : Christophe Delpierre » dans *Polygoneweb.online.fr*, décembre 2001, http://polygonweb.online.fr/chris.htm

[1908] Outre le *curriculum vitae* et la lettre de motivation, les candidats doivent en plus rédiger un article sur un jeu pour montrer leurs compétences.

[1909] Quelque fois, les magazines qui recrutent, passent directement et clairement une annonce dans leurs pages, mais cela n'a rien de systématique et cette pratique a tendance à disparaître durant la seconde moitié des années 1990.

[1910] Les besoins en hommes sont moins nombreux et les différents magazines ont tendance à recruter parmi les journalistes déjà établis.

[1911] L'arrivée d'Internet dans le monde de la presse ouvre de nouvelles perspectives d'embauche mais une fois les rédactions constituées, les places disponibles redeviennent rares.

Il n'y a pas de profil type recherché ou de diplômes particuliers exigés pour pouvoir prétendre à un poste au sein d'une rédaction[1912]. Les qualités requises demandées sont essentiellement des connaissances en matière de jeux vidéo[1913] et un intérêt pour leur univers, mais aussi une aisance rédactionnelle[1914]. L'expérience (en journalisme) n'est pas non plus un critère déterminant puisque les débutants ne sont pas éliminés d'office[1915]. Ainsi, les journalistes de jeux vidéo proviennent d'horizons différents et ils possèdent des profils variés[1916]. Globalement, une majorité d'entre eux ont suivi des études supérieures (maximum jusqu'au second cycle) toutefois, ceux ayant une formation en journalisme sont minoritaires. De même, et sauf exception, aucun ne provient de l'enseignement dédié à la conception de jeux vidéo ou n'a exercé, au préalable, de fonctions dans une équipe de développement de logiciels ludiques. Il faut noter que ce microcosme est principalement composé de joueurs passionnés qui ont appris le métier sur le tas.

En outre, nous pouvons remarquer que pour un certain nombre de journalistes, il s'agit de leur premier emploi et que l'exercice de ce métier n'est que temporaire. En effet, nombreux sont les rédacteurs à ne pas demeurer dans ce secteur. Certains voguent vers d'autres activités[1917], tandis que d'autres rejoignent soit un secteur

[1912] Il faut noter que**,** durant la période allant de la seconde moitié des années 1980 à la première moitié de la décennie 1990, les recruteurs n'hésitent pas à donner leur chance à des jeunes individus (parfois encore mineurs) dont la principale compétence (sauf exception) est d'être joueur fanatique.

[1913] Il est à noter que durant les années 1980, avec la domination des ordinateurs familiaux, il est aussi demandé aux candidats, notamment par un magazine comme *Tilt*, d'avoir une culture informatique, c'est à dire connaître un minimum sur le fonctionnement d'un ordinateur au niveau matériel, d'être capable, en plus des jeux, de pouvoir tester d'autres types de programmes, voire de maîtriser la programmation (ou tout du moins posséder des notions de programmation). « *Tilt* recrute » dans *Tilt*, n° 49, décembre 1987, p. 32.

[1914] Notamment pour pouvoir retranscrire les sensations procurées par les jeux. « *Forum* » dans *Tilt*, n°69, septembre 1989, p. 126 col. 1.

[1915] Dans une de ses annonces, *Tilt* indique rechercher aussi bien des journalistes expérimentés que des débutants, à qui le magazine peut offrir conseils, formation et soutien. « *Tilt* recrute » dans *Tilt*, n° 89, avril 1991, p. 10.

[1916] Par exemple Olivier Prézeau de *Joypad* est professeur de physique-chimie dans un collège, Iggy (*Player One*, directeur de la rédaction de *Joypad*), a fréquenté une école de commerce, Pierre Vals (rédacteur en chef chez *Player One*) a suivi des études de lettres, d'histoire de l'art et de sciences politiques, Jacques Harbonn est pour sa part médecin de formation. En outre, certains proviennent d'univers annexes comme Jean Marc Démoly (*Joypad*, *Super Power*) qui a travaillé, avant d'être journaliste, dans un magasin spécialisé en jeu vidéo, ou bien de secteurs différents. C'est par exemple le cas d'Alain Huygues-Lacour (*Tilt*, *Joypad*, *Consoles* +) qui a tout d'abord travaillé dans le monde musical, avant d'entamer une seconde carrière dans le journalisme de jeux vidéo. Voir : Robby, « *Edito* » dans *Joypad*, n° 30, avril 1994, p. 4 col. 1 ; Kahn (Alain), Richard (Olivier), *Les Chroniques de Player One : 20 ans de jeu vidéo et de manga*, Boulogne-Billancourt, Pika Edition, 2010, 299 p. ; p. 42 et 59.

[1917] Au début des années 1980, Jean-Michel Navarre qui s'occupe de la rubrique arcade dans *Tilt* est également chanteur, tandis que Guy Delcourt arrête le journalisme pour fonder sa propre maison d'édition, spécialisée dans la bande dessinée. Voir : « *Tilt journal* : funky » dans *Tilt*, n° 17, novembre/décembre 1984, p. 14 col. 1 ; « *Tam*

différent de la presse, soit trouvent un poste chez un éditeur ou un développeur de jeux vidéo. Globalement, aucun journaliste ne couvre le monde des jeux vidéo sur l'ensemble de notre période d'étude. Ceux qui ont débuté dans la première moitié des années 1980 cessent de collaborer aux publications dédiées strictement aux jeux vidéo entre la fin de cette décennie et le milieu des années 1990. Les journalistes de la fin de notre période d'étude ont pour leur part débuté dans le métier entre la fin des années 1980 et le début des années 1990.

Nous pouvons nous interroger sur cette particularité. Il est intéressant de noter que pour un secteur de la presse magazine qui semble être en expansion, durant la période étudiée, il n'y a pas de carrière longue, ou de volonté de faire carrière dans ce segment. Nous pensons que cela provient, dans un premier temps, de la mortalité des publications. Au lieu de continuer dans ce milieu, les différents journalistes en profitent pour changer de métier. Dans un second temps, des opportunités professionnelles plus intéressantes s'offrent aux journalistes, notamment en ce qui concerne les salaires.

Les salaires des journalistes spécialisés dans les jeux vidéo

Au niveau des salaires, il est difficile d'avoir une vue d'ensemble sur la question en raison du manque d'informations la concernant. Nous avons trouvé uniquement deux documents qui abordent ce sujet, et qui nous permettent d'obtenir quelques éléments[1918]. En outre, nous ne connaissons pas le salaire moyen que peuvent percevoir les journalistes de ce segment de la presse[1919]. Ainsi, nous ne pouvons

tam soft : Rock à gogo » dans *Tilt*, n° 23, juillet/août 1985, p. 14 col. 1 ; « *Tilt journal* : Guy Delcourt publie » dans *Tilt*, n° 33, juillet/août 1986, p. 16 col. 1.

[1918] Le premier est un livre dénommé *Les Chroniques de Player One*, tandis que le second est une émission de radio diffusée sur Internet, notamment sur le site *Gameblog.fr*. Notons que les informations trouvées sont sujettes à caution et elles ne paraissent pas toujours fiables. Certains chiffres évoqués proviennent des souvenirs des différents intervenants et des entrevues avec les journalistes. Ainsi, ils doivent être davantage pris comme des indications sur les pratiques salariales du secteur. Voir : Kahn (Alain), Richard (Olivier), *Les Chroniques de Player One : 20 ans de jeu vidéo et de manga*, Boulogne-Billancourt, Pika Edition, 2010, 299 p. ; La rédaction, « *Podcast* : Podcast 108 : Les deux ans de *Pix'N Love* ! » dans *Gameblog.fr*, 8 juillet 2009, http://www.gameblog.fr/podcast_111_podcast-108-les-deux-ans-de-pix-n-love

[1919] Rappelons que durant la période qui nous intéresse, selon l'INSEE, le SMIC en France est en juillet 1985 de 4 400,76 francs (670 euros), de 5 286,32 francs (805,89 euros) en juin 1990, et de 1 127,23 euros en juin 2001. De même, le salaire moyen annuel constaté en France (selon l'INSEE) s'élève à 13 127 euros en 1985, à 16 065 euros en 1990 et à 20 523 euros en 2001. Plus spécifiquement au secteur de la presse, nous avons trouvé, via le syndicat national des journalistes, les grilles salariales de la profession allant de 1997 à 2003. Ainsi, pour les magazines périodiques d'opinion, et concernant la seconde catégorie, en juillet 1997 le salaire mensuel d'un

dire si les chiffres trouvés s'appliquent à une majorité de personne ou à des cas particuliers, ou s'ils appartiennent ou non à une tranche supérieure des salaires[1920]. Précisions que les testeurs disposent de deux statuts, à savoir salarié mensualisé et interne à la rédaction, ou bien alors pigiste (interne ou externe). Le pigiste n'a pas d'horaire fixe de travail et, surtout, sa rémunération est basée sur le nombre d'articles qu'il réalise[1921]. Il est donc payé en fonction de ses écrits mais il peut aussi être rétribué selon un forfait de piges. Selon les exemples relevés, les piges sont rémunérées entre 300 francs (45,73 euros) et 400 francs (60,98 euros)[1922] ou bien alors, rapporté dans le cas de Christophe Delpierre à ses débuts chez Media System Edition (pour le magazine *Amstrad Cent Pour Cent*), entre 500 francs (76 euros) et 1000 francs (152 euros) par mois[1923]. Néanmoins, les pigistes qui écrivent beaucoup peuvent recevoir une rétribution plus importante, par exemple jusqu'à 5000 euros d'après le livre *Les Chroniques de Player One*[1924]. Parmi les autres chiffres révélés, mais difficilement vérifiables, citons des salaires de l'ordre de 7000 francs[1925] (1067 euros), de 27 000 francs (4116 euros)[1926], voire de 50 000 francs (7622,45 euros)[1927].

Globalement, nous pensons que le niveau des salaires des journalistes de jeux vidéo se place dans la moyenne des rémunérations de ce secteur, avec néanmoins

---

rédacteur s'élève à 1169,59 euros, à 1193,07 en juillet 2001, et à 1275,90 euros en décembre 2003. Voir : http://www.insee.fr/fr/ffc/figure/NATnon04145.xls ; http://www.insee.fr/fr/ppp/bases-de-donnees/donnees-detaillees/asf/asfrevenus/ASF_041DD10.xls ; http://www.snj.fr/spip.php?article118

[1920] Les salaires évoqués le sont peut-être parce qu'ils ont marqué les intervenants en raison de leur niveau élevé.

[1921] A la toute fin de notre période d'étude, le prix moyen du feuillet (25 mots de 60 lignes avec espace) est de 77 euros en décembre 2002 et de 63 euros en décembre 2003. Suivant le nombre d'exemplaire du magazine, le barème du tarif de la page écrite est en 2002, de 200 euros pour un titre compris entre 0 et 40 000 exemplaires, et 261 euros pour un magazine compris entre 40 000 et 100 000 exemplaires. En 2003, ces deux chiffres s'établissent respectivement à 204 euros et à 266 euros. http://www.snj.fr/spip.php?article406

[1922] La rédaction, « *Podcast* : Podcast 108 : *Les deux ans de Pix'N Love* ! » dans *Gameblog.fr*, 8 juillet 2009, http://www.gameblog.fr/podcast_111_podcast-108-les-deux-ans-de-pix-n-love

[1923] Apparemment, il s'agit des sommes globales perçues dans le mois par le pigiste. Kahn (Alain), Richard (Olivier), *Les Chroniques de Player One : 20 ans de jeu vidéo et de manga*, Boulogne-Billancourt, Pika Edition, 2010, 299 p. ; p. 50.

[1924] *Ibid.* p. 59.

[1925] La rédaction, « *Podcast* : Podcast 108 : Les deux ans de *Pix'N Love* ! » dans *Gameblog.fr*, 8 juillet 2009, http://www.gameblog.fr/podcast_111_podcast-108-les-deux-ans-de-pix-n-love

[1926] Ce chiffre peut être crédible dans la mesure où l'ouvrage *Les Chroniques de Player One* indique que le journaliste au pseudonyme Iggy reçoit un salaire de 25 000 francs (3811,25 euros) pour sa dernière participation au magazine *Tilt* (numéro de Noël). Kahn (Alain), Richard (Olivier), *Les Chroniques de Player One : 20 ans de jeu vidéo et de manga*, Boulogne-Billancourt, Pika Edition, 2010, 299 p. ; p. 59.

[1927] Un tel salaire est bien souvent obtenu lorsqu'un journaliste est débauché de son poste par un magazine concurrent. Néanmoins, nous ne savons pas si ce genre de promotion salariale concerne un poste équivalent (donc journaliste) ou bien alors une fonction plus importante comme directeur de la rédaction/publication. *Ibid.* p. 231.

quelques cas où les rétributions sont élevées. En se fondant sur les différents témoignages trouvés, il nous apparaît que**,** jusqu'à la fin des années 1990, les journalistes de jeux vidéo sont assez correctement rémunérés pour leur activité. Au niveau salarial, un « âge d'or » semble même toucher la profession entre la fin des années 1980 et le milieu de la décennie 1990, en raison de la concurrence importante que se livrent les magazines. Le niveau des salaires peut être également imputé au fait que certaines publications appartiennent à des grandes maisons d'édition (Hachette, Emap) qui ont une assise financière importante[1928]. Néanmoins, la fin des années 1990 et le début des années 2000 marquent le commencement d'une stabilisation des salaires, voire d'une récession. Ce retournement de conjoncture est causé par la dégradation économique de ce secteur de la presse spécialisée, de la multiplication des publications, du développement de la presse en ligne, mais aussi de la masse des joueurs fanatiques prêt à tout pour intégrer le milieu. En effet, certaines personnes acceptent de travailler pour des tarifs peu élevés, voire de manière gratuite[1929] dans des cas particuliers (début d'activité d'un éditeur indépendant, d'un site Internet ou stage). Soulignons que ces deux perspectives, à l'état plus ou moins embryonnaire à la fin de notre période d'étude, sont amenées à se développer fortement dans la seconde moitié des années 2000[1930].

[1928] Ces dernières peuvent ainsi proposer des salaires élevés pour faire venir dans leurs magazines les journalistes les plus en vue du secteur.

[1929] Une compensation peut toutefois être attribuée, sous la forme de dons des différents jeux testés. Néanmoins, la gratuité de l'emploi est souvent temporaire mais dans ce cas, la plupart du temps, le mode de paiement est la pige et le niveau de la rémunération est plutôt modeste.

[1930] Ces deux mouvements ne touchent pas uniquement le secteur de la presse, mais l'ensemble de la société, et plus particulièrement les domaines culturels. Ils aboutissent à une dégradation des rémunérations (notamment lors de l'entrée dans l'activité d'un individu, mais aussi pour les jeunes) et à la généralisation du stage, en lieu et place d'un recrutement « normal » (CDD, CDI, pigistes). Si l'on prend l'exemple de la presse, il faut également ajouter la propension de plus en plus grandes des médias à se mettre hors-la-loi, en payant les pigistes, non plus en salaire, mais en droit d'auteur (ce qui leur permet de payer moins de charges). Du coté des recrutés, il s'agit de jeunes (entre 20 et 25 ans) qui sont encore étudiants, ou qui viennent de terminer leurs études (qui peuvent n'avoir aucun rapport avec la presse, les sciences humaines ou la culture). Comme nous l'avons dit, ils sont souvent prêts à tout pour faire de leur passion un travail. Certains d'entre eux pensent surtout que pour prétendre à un poste, il faut au préalable faire ses preuves, ce qui implique forcement du travail gratuit, et se façonner une réputation dans le milieu désiré (ce qui ouvre la voie à de possibles cooptations). En outre, dans ces milieux, le droit du travail peut être bafoué sans déclencher de grandes protestations, car ce sont des secteurs qui emploient des individus jeunes (entre 20 ans et 40 ans), qui n'ont pas conscience des irrégularités, ou qui n'y prêtent pas attention parce qu'il s'agit pour eux de postes temporaires. Soulignons que ces phénomènes sont amplifiés (à tort ou à raison) par la crise économique qui intervient à partir de 2008. Enfin, notons qu'en plus de cette masse d'individus, il faut ajouter les « journalistes amateurs » qui sont des personnes ayant à peu près le même profil, qui collaborent à des sites Internet non professionnel, ou qui possèdent leur propre espace virtuel (comme un journal en ligne). Ces derniers sont souvent mis sur un pied d'égalité avec les professionnels par les entreprises qui leur font parvenir leurs produits culturels ou qui leur délivrent des invitations destinées à la presse. Cela leur permet généralement d'avoir de la publicité à moindre frais. En outre, pour les « journalistes amateurs », ces

La vedettisation des journalistes

Enfin, terminons par évoquer la vedettisation des journalistes de la presse spécialisée et des rédactions. Elle est causée essentiellement par deux éléments. Le premier, c'est l'attachement des lecteurs à leur magazine de prédilection et à quelques journalistes en particulier. Ces derniers sont ainsi élevés au rang de vedette du milieu, de par leurs goûts, leur façon d'écrire, leurs jugements ou leur attitude, mais aussi parce que nombreux sont les joueurs à se retrouver dans certaines personnalités[1931]. Ces journalistes deviennent véritablement les dignes représentants des lecteurs/joueurs, de leurs intérêts et de leurs goûts. Par exemple, le journaliste Grégoire Hellot apparaît comme une sorte de modèle pour une frange des lecteurs de *Joypad*, en raison de ses goûts pour le Japon, les jeux d'importation parallèle, l'animation japonaise et le *manga*. Le second élément provient des rédactions elles-mêmes et de leur façon de se mettre en valeur et en action à travers les pages des magazines réalisés. Nous avons déjà évoqué précédemment le cas des rubriques présentant le quotidien des rédactions ou bien alors le « trombinoscope ». Ajoutons également des annonces sur l'arrivée ou bien les départs de tels ou tels journalistes[1932], ainsi que des informations sur leur vie privée[1933]. Avec ce genre d'articles, il s'agit de présenter une portion de l'envers du décor et de faire une sorte de confidence aux lecteurs, de les intégrer à la rédaction pour leur donner l'impression qu'ils font partie du magazine. En outre, cette vedettisation permet aux publications de fidéliser les lecteurs et de créer une proximité et une connivence avec ces derniers.

---

situations leur donne l'impression de faire partie du monde de la presse et, parfois, certains d'entre eux finissent même par collaborer avec un média professionnel, du fait surtout de leur réputation en ligne.

[1931] Signalons l'utilisation systématique de pseudonymes chez les journalistes ce qui concoure à façonner leur personnalité médiatique, mais aussi à les rapprocher d'une certaine façon des autres joueurs (intégration à la communauté).

[1932] Le magazine *Tilt* n'hésite pas faire du retour d'un journaliste dans sa rédaction un de ses titres de couverture. « *Couverture* » dans *Tilt*, n° 102, mai 1992, p. 1.

[1933] Par exemple en janvier 1992, dans son éditorial, le magazine *Joypad* annonce qu'un de ses rédacteurs effectue son service militaire. « *Edito* » dans *Joypad*, n° 4, janvier 1992, p. 5.

2) Analyse de la presse spécialisée de jeux vidéo

a) L'état de la presse dédiée aux jeux vidéo en France

La presse consacrée aux jeux vidéo est une presse qui, comme nous l'avons vu[1934], apparaît dans l'hexagone à la fin de l'année 1982, peu après son émergence aux Etats-Unis et en Angleterre. Elle prend position aux côtés de magazines voués à l'informatique familiale et elle vient à la fois créer et répondre à une demande d'informations et de décryptage de ce nouvel univers ludique. Cette presse se développe parallèlement à la progression des jeux vidéo dans la société. D'ailleurs, son dynamisme peut refléter la croissance de l'industrie et sa position, toujours plus importante, au sein des loisirs issus des nouvelles technologies.

Un secteur de la presse qui profite de la vitalité de la presse magazine en France

D'une manière générale, la presse de jeux vidéo est un secteur dont le développement est lié à la vigueur de la presse magazine, durant la période que nous étudions. Contrairement à la presse quotidienne, le secteur des magazines parvient à se maintenir face au déclin de la lecture d'imprimés, mais surtout à attirer de nouveaux lecteurs. En 1997, dans les résultats de l'enquête sur les pratiques culturelles des Français, il est noté que plus de huit Français sur dix lisent régulièrement un magazine ou une revue[1935]. En outre, entre 1989 et 1997, deux sortes de magazines progressent : ceux destinés à la télévision (de 51% à 58%) et ceux voués aux loisirs (de 16% à 23% de lecteurs réguliers). Il est intéressant de souligner que ces types de revues sont liés à deux grandes composantes qui progressent dans la société : la place des écrans et leur rôle de plus en plus important dans les divertissements. En outre, les magazines de loisirs recrutent chez les 15-24 ans (le cœur des utilisateurs des jeux vidéo), en abordant leurs centres d'intérêts. Ce lectorat est aussi la cible prioritaire des magazines culturels qui, eux, connaissent un recul (7% de lecteurs réguliers en 1997 contre 10% en 1989). Il y

[1934] Voir p. 463.
[1935] *Les pratiques culturelles des Français : enquête 1997*, Paris, La documentation française, Ministère de la culture et de la communication, département des études et de la prospective, 1998, 359 p. ; p. 176.

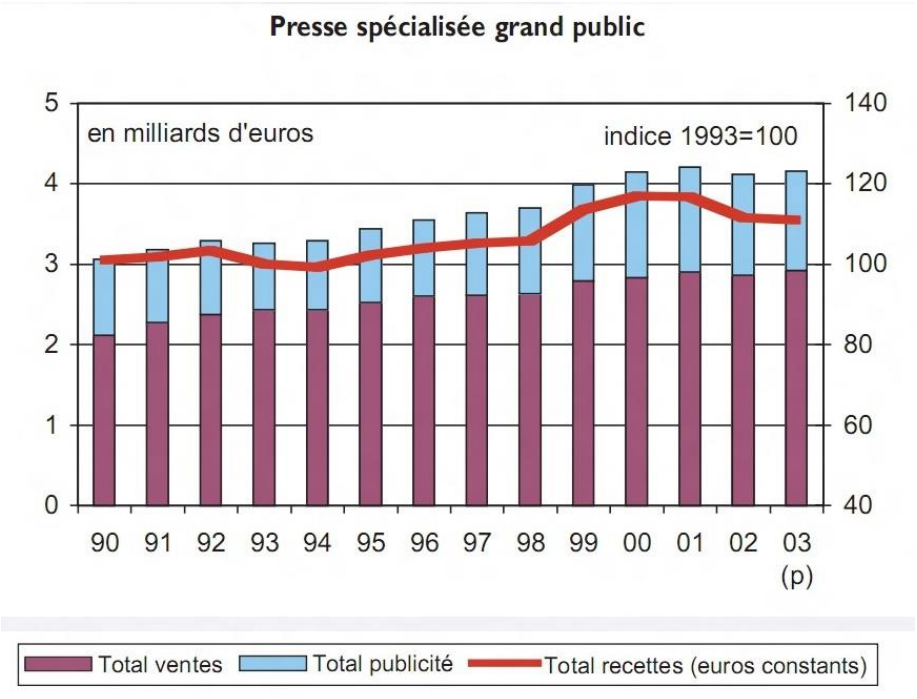
aurait donc, durant les années 1990, un mouvement des lecteurs qui s'oriente en priorité vers des magazines en lien avec les loisirs.

Tableau 3.5: Chiffre affaire presse spécialisée grand public[1936]

en milliards d'euros

	1990	1991	1992	1993	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003 (p)	03/02
Chiffre d'affaires Presse	**3,06**	**3,17**	**3,29**	**3,25**	**3,29**	**3,44**	**3,54**	**3,63**	**3,69**	**3,98**	**4,14**	**4,21**	**4,11**	**4,15**	**0,9%**
Ventes au numéro	1,60	1,71	1,76	1,78	1,78	1,84	1,94	1,92	1,90	2,01	2,01	2,06	2,01	2,05	2,1%
Ventes par abonnement	0,50	0,56	0,61	0,65	0,65	0,68	0,66	0,69	0,73	0,78	0,81	0,83	0,85	0,87	2,4%
Total ventes	**2,11**	**2,27**	**2,37**	**2,43**	**2,43**	**2,52**	**2,60**	**2,61**	**2,63**	**2,79**	**2,83**	**2,90**	**2,86**	**2,92**	**2,2%**
Publicité commerciale	0,86	0,82	0,84	0,76	0,78	0,84	0,87	0,95	0,97	1,08	1,20	1,19	1,13	1,11	-1,8%
Tous types d'annonces*	0,09	0,08	0,07	0,07	0,08	0,08	0,07	0,07	0,09	0,11	0,12	0,12	0,12	0,11	-4,5%
Total publicité	**0,95**	**0,91**	**0,91**	**0,83**	**0,85**	**0,92**	**0,95**	**1,02**	**1,06**	**1,19**	**1,32**	**1,31**	**1,25**	**1,23**	**-2,1%**

Graphique 3.9: Chiffre affaire presse spécialisée grand public[1937]



[1936] Aufrant (Marc), « La presse écrite en 2003 » dans *Info-médias*, n°9, juillet 2004, p. 5.
[1937] *Ibid.* p. 2 col. 1.

En 2003, la presse magazine réalise 40% du chiffre d'affaire de la presse en France, mais aussi 49% des ventes de produits de presse[1938]. Toutefois, en terme de publicité, c'est un segment dont les recettes sont moins importantes que pour les autres formes de presse. Les revenus engendrés par la publicité ne représentent que 30% du chiffre d'affaire de la presse magazine.

Sur une période de dix ans, de 1993 à 2003[1939], ce type de presse voit sont chiffre d'affaire progresser de 11%. Les ventes au numéro sont stables, tandis que les ventes par abonnements sont en augmentation de 17%. De même, malgré la baisse des recettes publicitaires à la fin de la période étudiée (-4,4% en 2002 et -3,2% en 2003), celles-ci sont en progression de 29% sur la décennie.

C'est donc dans un cadre plutôt favorable économiquement que la presse de jeux spécialisée évolue. En termes de tirage, rappelons quelques chiffres que nous avons présentés dans le paragraphe consacré aux magazines.

Tilt

	1982-1983	1989	1991	1992-1994
Diffusion	45 000 à 100 000	92 000	120 000	135 000

Joystick

	1990	1997
diffusion	90 000	73 600

Consoles Plus

	1993	1997
diffusion	60 000	64 700

Joypad

	1991	1993	2000
diffusion	100 000	45 000	30 000

[1938] *Ibid.* p. 7 col. 2.
[1939] *Ibid.* p. 8 col. 1.

D'une manière générale, le tirage de la presse de jeux vidéo est compris entre 30 000 et 100 000 exemplaires par mois. Les plus importants relevés, sont ceux de *Tilt* avec 135 000 exemplaires, mais surtout du Playstation Magazine qui comptabilise en moyenne chaque mois 100 000 exemplaires. Cependant, sa diffusion peut être plus importante avec, en 1998, 176 700 exemplaires et, suivant certains mois, elle peut même avoisiner les 200 000 exemplaires. A titre de comparaison, *Chasseur d'images*, un magazine sur la photographie qui est l'un des plus importants de sa catégorie, connaît un tirage de 100 000 exemplaires en 1990. Nous pouvons donc constater que les ordres de grandeur sont équivalents, ce qui peut montrer que cette presse fait jeu égal avec un secteur comme la photographie qui peut apparaître comme plus grand public que les jeux vidéo. De plus, nous pouvons voir que globalement, les tirages les plus importants se situent durant les années 1990, ce qui correspond à un certain « âge d'or ».

Cependant, il faut noter un effondrement de ces tirages à la fin de notre période d'étude. Pour reprendre notre comparaison, alors que *Chasseur d'Images* est tiré à 166 292 exemplaires en 2006, pour une diffusion payée totale de 94 401[1940] exemplaires, *Consoles Plus* est tiré, pour prendre un exemple caractéristique, à 36 735 exemplaires, pour une diffusion payée totale de 19 367 exemplaires[1941]. Nous allons expliquer par la suite cette baisse néanmoins, nous pouvons déjà dire qu'elle est la conséquence du grand nombre de journaux liés aux jeux vidéo, mais surtout à un déplacement du lectorat qui abandonne les publications imprimées pour les magazines numériques sur Internet. Enfin, on peut remarquer que la presse de jeux vidéo n'est pas une presse de grand public. Ses tirages dépassent difficilement les 100 000 exemplaires, alors qu'un titre comme *Science et Vie* est diffusé à environ 300 000 exemplaires au début des années 2000[1942].

Le secteur de la presse spécialisée de jeux vidéo

Rapidement, le segment des magazines de jeux vidéo compte de nombreux titres, aussi bien généralistes que spécifiques à un système informatique ou ludique

[1940] http://www.ojd.com/adherent/1560
[1941] http://www.ojd.com/adherent/1628
[1942] En 2000, le magazine est tiré à 289 906 exemplaires, à 313 570 en 2001, à 317 608 en 2002, et à 308 110 en 2003. http://www.ojd.com/adherent/4728

particulier. Tout au long de notre période d'étude, les joueurs ont accès à plusieurs publications, et donc à une offre très diversifiée, qui couvre l'ensemble du domaine et le segmente[1943]. Par exemple, nous comptons une quarantaine de publications vouées aux consoles de jeux. En ajoutant les divers magazines sur les ordinateurs, nous dépassons les 150 magazines[1944]. Ces journaux sont le fait aussi bien d'acteurs importants de la presse magazine en France[1945] que d'éditeurs indépendants plus modestes[1946]. Ce secteur de la presse peut être découpé, selon nous, en trois grandes périodes qui s'étalent des années 1980 aux débuts des années 2000 et qui suivent les soubresauts du marché français des jeux vidéo.

Ainsi, durant la décennie 1980, nous assistons au lancement de ce genre de presse, et à une orientation autour de la micro-informatique ludique[1947]. Si les consoles ou les jeux électroniques sont évoqués au départ, ils ne font plus l'actualité à partir du milieu des années 1980. Nous pensons que c'est durant cette décennie que la presse française de jeux vidéo possède la meilleure qualité, notamment en raison de sa façon de s'exprimer[1948] et par les articles d'analyse et de réflexion proposés, en sus des actualités et des tests des jeux. Nous pouvons citer notamment les articles de la rubrique « *actuel* » de *Tilt* qui analysent de grands thèmes liés aux jeux vidéo, tout en s'efforçant de les remettre dans le contexte de la société. Parmi les sujets traités, citons les stratégies pour faire des logiciels de jeux (article de cinq pages)[1949], les reproches faits aux jeux vidéo (six pages)[1950], le piratage (six

[1943] Il faut noter qu'au milieu des titres « tout public », il existe une presse, assez confidentielle, dédiée aux professionnels, destinée avant tout aux acteurs de la distribution. Ministère de la culture et de la communication, « *La création de jeux vidéo en France en 2001* » dans *Bulletin du département des études et de la prospective*, n° 139, juillet 2002, p. 3 col. 2.
[1944] Nous nous sommes basés sur les listes de magazines du site *abandonware-magazines.org*. http://www.abandonware-magazines.org
[1945] Outre Les Editions Mondiales, qui ont lancé le premier magazine de ce type en France, notons Emap, Hachette, ou bien encore Future France.
[1946] Nous pouvons citer par exemple Media System Edition (premier éditeur à avoir lancé un magazine voué aux consoles), Cyber Press, FJM Publications.
[1947] Soulignons que dans les premiers numéros de *Tilt*, et jusqu'à la crise du secteur qui intervient à la fin de l'année 1983, plusieurs types de jeux sont traités et analysés. Aux jeux vidéo sur consoles, arcades, ordinateurs et dispositifs portables (également appelés jeux électroniques) que l'on peut définir comme « les jeux vidéo classiques », il faut ajouter les articles relatifs aux flippers et aux échiquiers électroniques.
[1948] Nous développons la thématique du ton employé dans la presse française dédiée aux jeux vidéo dans la partie sur les reproches faits aux magazines. Voir p. 543.
[1949] Chazoule (Olivier), « *Actuel : la chasse aux cerveaux a commencé* » dans *Tilt*, n° 3, janvier/février 1983, p. 18.
[1950] Chazoule (Olivier), « *Actuel : apocalypse-vidéo* » dans *Tilt*, n° 5, mai/juin 1983, p. 28.

pages)[1951], ou bien encore la distribution dans le secteur des jeux vidéo (sept pages)[1952].

La décennie 1990 est une époque charnière car elle voit l'arrivée de nouveaux magazines, spécialisés dans les consoles de jeux, suivant le retour en France, et au premier plan, de ce type de machines. Avec ceux-ci, un nouveau lectorat fait également son apparition, qui s'intéresse uniquement aux consoles. En outre, c'est le temps des journalistes passionnés, qui sont d'abord des joueurs, et qui font office de camarades éclairés pour le lecteur. Signalons que les magazines spécialisés dans une plate-forme ludique semblent prendre de plus en plus de poids dans le secteur à la fin des années 1990, comparés aux magazines généralistes[1953]. Cette période est marquée par l'importance prise au sein des publications par les rubriques actualités et tests.

Ces deux décennies sont quelque peu semblables dans le sens où ce secteur de la presse se structure. Il connaît globalement un développement assez florissant et un certain dynamisme[1954]. La plupart des joueurs sont des lecteurs qui suivent chaque mois le ou leurs magazines favoris. La concurrence est ainsi vive entre les éditeurs et leurs publications et quelques problèmes d'indépendance, mais aussi des difficultés économiques, peuvent émerger[1955].

Les années 2000 s'ouvrent sur une période de changements, mais aussi de difficultés pour la presse spécialisée, qui contraste avec la vitalité affichée précédemment. Tout d'abord, il faut mentionner l'arrivée d'une nouvelle vague de lecteurs, consécutive au succès de la console *Playstation*. Ces nouveaux lecteurs, et

[1951] Chazoule (Olivier), « *Actuel : le drapeau noir flotte sur les jeux vidéo* » dans *Tilt*, n° 6, juillet/août 1993, p. 18.
[1952] Ilous (Joëlle), « *Actuel : pas de panique* » dans *Tilt*, n° 7, septembre/octobre 1983, p. 16.
[1953] Nous basons nos observations sur les chiffres de diffusion des magazines que nous avons trouvés sur le site Internet http://www.pressotech.com/ (qui se base sur des chiffres de l'OJD). Par exemple, le magazine officiel de la *Playstation* (qui est la console phare à la fin de la décennie 1990), *Playstation Magazine*, est diffusé en 1998 à 176 700 exemplaires. Le magazine *Nintendo Magazine* est, pour sa part, diffusé en 1997 à 80 000 exemplaires. En comparaison, en 1997, *Joypad* est diffusé à 44 500 exemplaires, *Consoles +* à 64 700 exemplaires. En 1998, *Playmag* est, quand à lui, diffusé à 75 000 exemplaires.
[1954] Dynamisme, non seulement du point de vue des jeux vidéo, mais aussi de la presse magazine française.
[1955] Problèmes économiques liés surtout au mode de financement par la publicité. Par exemple, la rédaction de *Tilt* indique que le magazine *Tilt Bis* s'arrête en raison de l'insuffisance des financements, provoqués par le manque de publicités ou bien encore par la prédisposition de quelques concurrents à casser les prix du marché publicitaire pour attirer les annonceurs. *Tilt*, « *Edito* » dans *Tilt*, n° 62, janvier 1989, p. 4 col. 1.

notamment des joueurs plutôt occasionnels, se dirigent vers des publications vouées à cette console comme le magazine officiel. C'est une époque où, globalement, les magazines spécifiques à une console de jeux connaissent plus de succès que les magazines généralistes[1956]. Ensuite, ce secteur de la presse magazine rencontre principalement deux problèmes qui, de plus, se superposent.

Le premier est relatif au grand nombre de publications présentes dans les linéaires des librairies. En effet, à partir de la fin des années 1990, il y a un accroissement du nombre de revues, notamment en raison de la politique de l'éditeur anglais Future qui arrive sur le marché français et, dans une moindre mesure, de celle de FJM Publications. Pour s'imposer et devenir leader de cette presse, Future a recours essentiellement à deux méthodes. D'une part, l'éditeur inonde le marché de magazines, avec une volonté affirmée d'éliminer la concurrence[1957]. D'autre part, il se lance dans des acquisitions, comme l'obtention des magazines officiels des constructeurs. Les conséquences de cette politique et de cette offre démultipliée de magazines de jeux vidéo sont désastreuses pour ce segment de la presse. Ainsi, il y a un accroissement de la concurrence sur le marché publicitaire qui finance les magazines[1958], un déclin des ventes et un émiettement des lectorats. Il faut aussi ajouter une grande mortalité parmi les nouvelles publications lancées, dont la pérennité n'est donc pas assurée[1959].

[1956] Sans compter que ces magazines généralistes, et notamment les « historiques » *Player One*, *Consoles +* et *Joypad* se veulent plus techniques, et portés davantage vers les joueurs fanatiques et connaisseurs. Voir : Kahn (Alain), Richard (Olivier), *Les Chroniques de Player One : 20 ans de jeu vidéo et de manga*, Boulogne-Billancourt, Pika Edition, 2010, 299 p. ; p. 229 ; Gaultier (Pierre), « *Interviews* : Christophe Delpierre » dans *Polygoneweb.online.fr*, décembre 2001, http://polygonweb.online.fr/chris.htm

[1957] Pour un ancien journaliste de *Player One*, cet éditeur pratique, non seulement une politique de vente à perte, mais aussi une politique de la terre brûlée, dont le seul but est de casser et ravager la concurrence afin de s'imposer. De plus, Christophe Delpierre juge Future comme ayant une « mentalité de mastodonte avec l'intention de couler tout le monde ». Voir : Kahn (Alain), Richard (Olivier), *Les Chroniques de Player One : 20 ans de jeu vidéo et de manga*, Boulogne-Billancourt, Pika Edition, 2010, 299 p. ; p. 232 ; Gaultier (Pierre), « *Interviews* : Christophe Delpierre » dans *Polygoneweb.online.fr*, décembre 2001, http://polygonweb.online.fr/chris.htm

[1958] Ce type de problème affecte surtout les éditeurs indépendants. Outre les prix qui peuvent être cassés par certains éditeurs pour amadouer les annonceurs, les grands groupes de presse disposent aussi de régies publicitaires puissantes, qui sont susceptibles de proposer des opérations commerciales séduisantes. Kahn (Alain), Richard (Olivier), *Les Chroniques de Player One : 20 ans de jeu vidéo et de manga*, Boulogne-Billancourt, Pika Edition, 2010, 299 p. ; p. 230.

[1959] Par exemple, citons *Total Play* (lancé en 1997 et arrêté en février 2001), *X64 Magazine* (lancé en 1997 et arrêté en avril 2000), *Next Games* (lancé et arrêté en 1998), *PC Max* (lancé en 1998 et arrêté en juin 2003), *PlayPower* (lancé en 1998 et arrêté en février 2001), *Consoles Max* (lancé en 1999 et arrêté en janvier 2004), *GameOn* (lancé en 1999 et arrêté en avril 2000). Nous pouvons aussi donner l'exemple de magazines qui sont lancés au début des années 2000 et dont la parution se poursuit au-delà de notre période d'étude comme *Jeux*

En outre, la fin de notre période d'étude est synonyme de concentration du secteur, particulièrement autour de l'éditeur Future qui rachète des mensuels importants comme *Joypad* et *Joystick* (rachetés à l'éditeur Hachette en 2003)[1960] ou bien encore en raison du dépôt de bilan de certains éditeurs de presse tels que celui de *Player One* qui cesse alors de paraître. Si on excepte les faillites ou les propositions de rachats, ce mouvement de concentration peut peut-être s'expliquer aussi par deux raisons. La première, c'est la baisse des recettes publicitaires du secteur de la presse magazine en France[1961], ce qui pousserait les éditeurs à se recentrer sur des segments plus rentables et à se séparer de leurs pôles les moins rémunérateurs. La seconde est relative à l'éclatement sur les marchés économiques de la « bulle Internet », qui déclenche en France une crise de confiance dans les secteurs technologiques et notamment dans celui du jeu vidéo[1962]. La vente des magazines liés à ce loisir en découlerait directement et elle serait initiée par l'incertitude qui plane sur l'industrie.

Le second problème de la presse spécialisée provient du développement et du succès du media Internet[1963]. Avec les changements qui affectent le secteur de la presse et les magazines, nombreux sont les lecteurs à délaisser les publications traditionnelles et à se reporter exclusivement sur les sites d'informations en ligne. Ces derniers proposent, à peu de chose près, le même contenu que les mensuels, mais ils disposent de deux avantages indéniables. En effet, les deux principales forces d'Internet sont la gratuité et la réactivité par rapport à l'actualité. Sans compter l'aspect multimédia (images, vidéos) qui apporte une valeur ajoutée aux sites, à leurs tests et à leurs nouvelles. En outre, il est aussi possible de trouver des dossiers sur des sujets délaissés ou peu traités par les différents magazines.

Vidéo Magazine lancé en 2000, un nouveau magazine officiel Nintendo apparu en 2002, ou bien encore *Kid Paddle Magazine* (lancé en 2003).

[1960] Notons que ces deux ventes ont créé de nombreuses polémiques sur Internet, en raison du départ de plusieurs membres de ces deux rédactions. Beaucoup de lecteurs, attachés à leurs magazines, ont perçu ces rachats comme une agression et la fin d'une époque (pour la presse). En outre, en 2005, Future fait l'acquisition du troisième magazine historique de la presse dévouée aux consoles, à savoir *Consoles +*.

[1961] Voir p. 516.

[1962] Voir p. 308.

[1963] Toutefois, rappelons que le développement d'Internet n'est pas la principale cause de la baisse du nombre de lecteurs de la presse, puisque c'est un mouvement ancien qui s'inscrit plus profondément dans la société française. Voir p. 27.

Avec le développement de la presse en ligne, et son offre démultipliée de contenus, il nous semble que nous pouvons voir se dessiner, en filigrane, une consommation « à la carte » de l'information. Le lecteur n'est plus tenu par les magazines et les journalistes mais il peut choisir ce qu'il veut lire, en fonction de ses goûts et de ses envies sur l'instant. Sans compter qu'il acquiert la capacité de réagir et d'interagir avec d'autres lecteurs. Cette manière d'appréhender l'information est une caractéristique de la culture numérique qui progresse dans la société (dans un premier temps chez les jeunes). Comme l'indique l'étude sur l'*Approche générationnelle des pratiques culturelles et médiatiques* cette nouvelle culture génère chez les consommateurs un désir de personnalisation et leur participation, de plus en plus active, dans l'élaboration de leur programme culturel[1964].

Enfin, soulignons qu'une sorte de concurrence s'établit entre la presse numérique et la presse « papier »[1965]. Contrairement à l'époque du Minitel, ce dernier type de presse ne s'est pas investi sur ce nouvel espace de communication et a donc laissé le champ libre à une nouvelle génération de publications.

Le lectorat des magazines de jeux vidéo

En ce qui concerne le lectorat des magazines, celui-ci correspond globalement aux profils des joueurs que nous avons pu étudier[1966]. De cette manière, le cœur des lecteurs se trouve être les joueurs fanatiques et donc les adolescents et les jeunes adultes[1967]. Par exemple, en 1985, la majorité des lecteurs de *Tilt* (82%) a une moyenne d'âge comprise entre 12 et 20 ans. En 2003, ceux de *Joypad* ont entre 15

[1964] Donnat (Olivier), Lévy (Florence), « Approche générationnelle des pratiques culturelles et médiatiques » Ministère de la culture et de la communication, mars 2007, 32 p. ; p. 28 col. 1. http://www.pratiquesculturelles.culture.gouv.fr/doc/Cprospective07_3.pdf

[1965] Signalons que certains journalistes tel que qu' Olivier Scamps pensent que les deux médias peuvent être complémentaires. D'une part, le site Internet peut permettre d'attirer et de fidéliser les lecteurs vers la version papier du magazine. D'autre part, il peut y avoir une répartition des rôles, avec un magazine en ligne dédié à l'instantané, aux nouvelles et à l'archivage, et une presse écrite vouée aux dossiers et au traitement de fond (amenant une plus grande fiabilité des informations). Malgré les réflexions sur cette question autour d'Internet et de la presse, il n'y a pas, en ce début de la décennie 2000, de synergie entre ces deux mondes qui demeurent encore bien séparés. Gaultier (Pierre), « *Interviews* : Olivier Scamps » dans *Polygoneweb.online.fr*, décembre 2000, http://polygonweb.online.fr/scamps.htm

[1966] Voir p. 403.

[1967] Notons la difficulté à trouver des informations précises sur le lectorat des magazines, notamment parce que les publications ne réalisent que rarement des articles sur cette question. Nous fondons notre analyse uniquement sur deux articles parus pour l'un en 1985 dans *Tilt* et pour le second dans *Joypad* en 2003. Voir : « Lecteur, qui es tu ? » dans *Tilt*, n° 27, décembre 1985, p. 28 ; Trazom, « Tendance » dans *Joypad*, n° 123, février 2003, p. 5.

et 34 ans (les 15/24 ans représentent 63% des lecteurs, tandis que les 25/34 ans 17%). Nous pouvons constater qu'il y a un vieillissement du lectorat des magazines de jeux vidéo[1968], ce qui montre le parallèle entre cette donnée et l'évolution de l'âge moyen des joueurs en France. De même, c'est une presse essentiellement masculine[1969].

Si le profil de base de ces lecteurs évolue peu durant notre période d'étude, en revanche, ses caractéristiques sont susceptibles d'être façonnées par les évolutions de l'industrie des jeux vidéo. Par exemple, durant les années 1980, les lecteurs sont des joueurs sur ordinateur. Avec le retour des consoles, au début des années 1990, le lectorat est partagé entre ceux qui jouent sur consoles et ceux qui continuent de pratiquer sur ordinateurs. Suivant la nature du système de jeux, ils s'orientent donc vers des magazines dédiés à l'une ou l'autre de ces machines ludiques[1970].

Nous n'avons pas trouvé de données ou d'études sur la fidélité et le comportement des lecteurs par rapport à cette presse. Cependant, nous pouvons tenter de dégager quelques tendances, en nous basant sur notre propre expérience et sur les réactions que nous avons pu lire au gré des forums. Ainsi, nous pensons que les joueurs passionnés sont de fidèles lecteurs des magazines spécialisés qui, jusqu'à l'apparition d'Internet, apparaissent comme la principale source d'information sur ce loisir. S'ils peuvent suivre ou avoir un ou plusieurs titres de prédilection[1971], il nous semble que c'est un lectorat assez volatile. En effet, celui-ci n'hésite pas à changer de publication selon ses goûts en matière de jeux, en fonction de son équipement, mais aussi suivant les évolutions des revues.

[1968] Nous pensons que ce vieillissement serait encore plus perceptible avec des données issues des magazines de jeux sur ordinateur et concernant la fin de notre période d'étude. En effet, rappelons que le public des joueurs sur ordinateur est en général plus âgé que celui sur console.

[1969] *Tilt* compte 78% de lecteurs. Dans le cas de *Joypad*, la proportion des joueurs lisant ce magazine est écrasante puisqu'il y a 97% de lecteurs contre 3% de lectrices. Voir : « Lecteur, qui es tu ? » dans *Tilt*, n° 27, décembre 1985, p. 28 ; Trazom, « Tendance » dans *Joypad*, n° 123, février 2003, p. 5.

[1970] Notons que cette démarcation n'est pas franche et imperméable. Cependant, elle conditionne beaucoup d'éléments et de caractéristiques chez les joueurs. Outre le choix d'un magazine, elle peut jouer sur les goûts des lecteurs en matière de sujets, mais aussi de jeux et de genre de jeux.

[1971] Les lecteurs sont susceptibles de lire plusieurs titres de cette presse à la faveur du taux de circulation des journaux. Par exemple, *Tilt* relève que ce taux est élevé pour le magazine. En plus du lecteur principal (et donc de l'acheteur), il y a entre deux et quatre personnes de son entourage qui consultent et lisent le mensuel. « Lecteur, qui es tu ? » dans *Tilt*, n° 27, décembre 1985, p. 28 col. 1.

La consultation de magazines de jeux vidéo s'insère dans le cadre de la pratique de la lecture de la presse magazine et de revues des français. On retrouve ainsi les caractéristiques générales observées[1972], à savoir que c'est une pratique peu discriminante, dont le niveau de diffusion est élevé. Sur l'ensemble des joueurs fanatiques, quel que soit le milieu social, le lieu d'habitation[1973], la profession ou les revenus des parents, la lecture d'un mensuel de jeux vidéo est pratiquement systématique. Néanmoins, il peut y avoir des disparités selon le type de plate-forme ludique. Par rapport à la presse console qui nous apparaît plus « universelle », la presse de jeux sur micro-ordinateur marque davantage les traits globaux de la consommation de produits culturels. C'est-à-dire une progression avec le diplôme, la taille de la commune, la domination des cadres supérieurs et des professions libérales (et dans une moindre mesure des cadres moyens) et un décrochage chez les plus âgés et les agriculteurs[1974]. Ceci provient du caractère plus discriminatoire de l'ordinateur qui est lié principalement à son prix d'achat élevé durant la période que nous étudions. *Tilt* remarque en 1985 que ses lecteurs sont à 67% (donc une majorité) des fils de petits patrons, d'artisans et commerçants, de cadres supérieurs et moyens, d'industriels ou de professions libérales[1975]. Ils sont donc plutôt issus de la classe moyenne supérieure et des classes aisées.

Les différents rôles des magazines spécialisés

La presse spécialisée joue, auprès des joueurs et dans l'univers des jeux vidéo, un rôle multiple. En premier lieu, c'est une source d'informations dont la mission est de présenter les actualités de l'industrie mais aussi, et surtout, de conseiller les joueurs dans leurs achats.

L'exemple suivant est tiré du test du jeu *Megaman 4* sur Nintendo[1976] :

[1972] Cogneau (Denis) et Donnat (Olivier), *Les pratiques culturelles des français 1973-1989*, Paris, La découverte/La Documentation française, 1990, 285 p. ; p. 24.
[1973] *Joypad* note qu'en 2003 ses lecteurs sont majoritairement des provinciaux (72% contre 23% habitant la région parisienne). Nous n'avons pas d'autres éléments pour établir des points de comparaisons. Toutefois, ce chiffre correspond à la tendance générale de la lecture d'imprimé et, plus spécifiquement à la lecture de la presse. Voir p. 23 ; Trazom, « Tendance » dans *Joypad*, n° 123, février 2003, p. 5.
[1974] Cogneau (Denis) et Donnat (Olivier), *Les pratiques culturelles des français 1973-1989*, Paris, La découverte/La Documentation française, 1990, 285 p. ; p. 24.
[1975] « Lecteur, qui es tu ? » dans *Tilt*, n° 27, décembre 1985, p. 28 col. 1.
[1976] « *Test* : *Megaman 4*, avis de Greg » dans *Joypad*, n° 23, septembre 1993, p. 111 col. 1.

« Je vous rassure tout de suite : ce n'est pas le dernier épisode puisque le 6e volet sort en septembre aux States. Que dire de ce nouvel épisode, sinon qu'il est totalement identique aux autres, que le principe est le même, traverser un niveau truffé de monstres avant de combattre le boss qui vous donnera sa puissance une fois battu. Comme d'habitude, certains boss sont plus sensibles que d'autres à certaines armes, et il faudra les battre dans un certain ordre. Quelques innovations sont tout de même à noter ; le méchant n'est plus le même et Megaman peut envoyer des super-décharges. Les ennemis sont moins beaux que d'habitude (à part le très stylé Pharao Man), mais la réalisation est très bonne et Megaman, c'est un mythe, une religion, une référence. Vous voulez p'têt savoir si vous devez acheter ce jeu ? Ben si vous avez pas les 3 autres, ou si vous êtes fan de la série, sinon vous allez vous em…, mais moi, j'adore ! »

Par ses critiques et ses analyses des jeux, elle doit débusquer les bons titres et dire aux joueurs pourquoi il s'agit de jeux de valeur qui méritent tout leur intérêt. A l'inverse, elle doit les prévenir des mauvais logiciels ludiques. Ses avis sont susceptibles d'êtres des signes de la consécration ou non d'un jeu sur le marché[1977] et, dans certains cas[1978], ils peuvent même déterminer son succès commercial ou plutôt le favoriser. Ajoutons qu'elle a également pour but de relever les « bonnes affaires », mais aussi de dénoncer certaines pratiques et les arnaques pouvant toucher les joueurs. Par exemple, au début des années 1990, quelques articles, notamment dans *Joypad* ou *Player One*, dénoncent le prix des jeux sur cartouche considéré comme beaucoup trop cher[1979]. D'ailleurs, le sujet est initié à la suite des plaintes et du questionnement d'un grand nombre de joueurs. De même, lors de l'apparition de la Fédération Française des Jeux Vidéo, la presse met en garde les joueurs envers cette structure qui lui apparaît comme malhonnête[1980]. A travers cette fonction de guide, la presse détient un rôle clef dans l'évolution du marché, dans le sens où elle révèle et met en exergue l'obsolescence des jeux et des systèmes

[1977] Ichbiah (Daniel), *Bâtisseurs de rêve : enquête sur le nouvel eldorado des jeux vidéo*, Paris, First Documents, 1997, 430 p. ; p. 175.
[1978] Particulièrement lorsque la taille du marché est restreinte, comme durant les années 1980.
[1979] Voir : « Le juste prix » dans *Player One*, n° 23, septembre 1992, p. 10 col. 2. ; Hart (Johnattan), « argent et jeux vidéo » dans *Joypad*, n° 37, décembre 1994, p. 34.
[1980] Mic Dax, « FFJV : la fédé mal aimée » dans *Joypad*, n° 25, novembre 1993, p. 58.

ludiques[1981]. Elle participe ainsi à la définition des éléments et des critères qui font les nouvelles générations de jeux vidéo et elle met en évidence aussi les nouvelles attentes des joueurs.

En second lieu, elle possède un rôle pédagogique. Elle permet aux joueurs de s'instruire, en acquérant des connaissances, non seulement sur l'univers « video-ludique » mais aussi sur les techniques utilisées dans les jeux ou dans les machines de jeux. Par exemple, rappelons que quelques magazines possèdent une rubrique technique qui apporte un éclairage et des définitions sur les effets (techniques) utilisés dans les jeux, sur les méthodes de conceptions, ou simplement sur le fonctionnement des systèmes ludiques[1982]. Ces explications participent aussi à un point précédemment abordé, à savoir la démonstration et la caractérisation des nouvelles générations de jeux vidéo[1983]. Nous observons que le rôle éducatif de la presse est surtout important durant la décennie 1980, lorsque l'ordinateur est en France le principal système de jeu vidéo. En effet, comme nous avons pu déjà l'évoquer avec les ordinateurs, outre le jeu, la programmation est une pratique développée chez les utilisateurs, particulièrement sur les ordinateurs de génération 8 bits. La presse participe à cet usage en publiant des véritables cours de programmation[1984]. Elle prend ainsi part à la formation des programmeurs et elle leur offre une tribune en diffusant leurs réalisations. De cette manière, elle contribue à les mettre en relation avec les professionnels du secteur.

[1981] Sur ce point, on peut se demander si la presse n'exerce pas une influence (voulue ou non) sur les joueurs qui leur ferait admettre que leur matériel de jeu n'est plus viable et qu'ils doivent le faire évoluer. De cette manière, il y aurait une incitation à la consommation.

[1982] Par exemple, en avril 1994, la rubrique *Docpad* de *Joypad* aborde les microprocesseurs en les présentant d'une manière générale, puis en prenant les exemples des consoles de jeux de génération 32 bits (qui ne sont alors pas encore commercialisées). « *Docpad* » dans *Joypad*, n° 30, avril 1994, p. 150.

[1983] Elles viennent expliquer aux joueurs les nouvelles références techniques et, implicitement, elles leur montrent ce qu'ils doivent dorénavant attendre des jeux. De même, pour un système de jeux, les explications sur son fonctionnement ou sur les nouveaux composants qui les l'équipent viennent démontrer en quoi les nouvelles plate-formes sont de nouvelle génération, et ce qui les différencie des anciennes.

[1984] Par exemple, *Amstrad Cent pour Cent* débute**,** dans son numéro deux, une rubrique sur la programmation dans laquelle un rédacteur se propose d'initier les lecteurs au langage *CP/M*. Dans le même genre, *Hebdogiciel***,** dans son numéro 112**,** propose une page sur le langage *Assembleur*. En outre, rappelons que les magazines de jeux sur ordinateurs disposent aussi de pages de programmes sous forme de liste en langage *BASIC* (et à recopier par l'usager). Voir : Fontenay (Olivier), « *Education* : initiation au *CP/M* » dans *Amstrad Cent pour Cent*, n° 2, mars 1988, p. 82 ; « *La page pédagogique* : formation à l'assembleur pratique » dans *Hebdogiciel*, n°112, 6 décembre 1985, p. 112 col. 1.

Enfin, troisième rôle, qui peut englober les deux précédents, la presse est fédératrice de la communauté des joueurs[1985] qu'elle met en scène chaque mois, à travers ses pages[1986]. C'est un point de ralliement essentiel et incontournable pour les joueurs fanatiques. Elle participe à la définition et à la caractérisation de cette classe d'utilisateurs en représentant et en diffusant les valeurs de ce groupe, de cette génération. Ceci passe également par un vocabulaire spécifique[1987], employé par les joueurs et les journalistes, compréhensible par eux seuls et difficilement accessibles aux catégories « incultes » (novices, joueurs occasionnels, parents, opposants). Soulignons que les magazines véhiculent, de plus, deux images des joueurs. D'une part, les journalistes passent pour des joueurs experts qui rendent compte de leurs évaluations et des dernières informations du milieu à des lecteurs avant tout connaisseurs. D'autre part, et c'est une image plus implicite selon nous, les joueurs sont assimilés à des consommateurs[1988] qui s'informent dans le but de connaître les jeux et les machines dignes d'être achetés. Les magazines revêtent un aspect de catalogue qui se veut chaque mois le plus exhaustif possible (nous le voyons surtout en fin d'année) afin d'accompagner le mieux les joueurs dans leur décision d'achat. Les critiques (bonnes ou mauvaises) des journalistes et surtout les notes attribuées aux jeux sont des signaux envoyés aux joueurs pour leur faire savoir qu'ils peuvent s'intéresser à tel ou tel titre et à investir sans crainte d'être déçus.

Le traitement de l'information

Terminons en abordant la question du traitement de l'information dans cette presse vouée aux jeux vidéo. Comme nous avons pu déjà l'entrevoir précédemment,

---

[1985] Fichez (Elisabeth), Noyer (Jacques), *Construction sociale de l'univers des jeux vidéo*, Villeneuve-d'Ascq, Université Charles de Gaulle-Lille 3 : Collection UL3 : travaux et recherches, 2001, 173 p. ; p. 113.

[1986] La presse montre non seulement cette communauté, mais elle s'y englobe également. Ainsi, les joueurs et les journalistes (la presse) font partie du même groupe. Elle leur ouvre ses pages dans certaines de ses rubriques comme le courrier ou bien encore**,** durant les années 1980, comme nous l'avons vu, en leur proposant de publier leur programme en *BASIC*. En outre, certains contacts peuvent être informels comme par exemple lorsqu'un rédacteur de *Player One* propose à un lecteur d'appeler la rédaction pour avoir plus d'information sur un sujet qui lui tient à cœur et qui a bénéficié d'une réponse dans le courrier des lecteurs. Sam, « *Courrier* » dans *Player One*, n° 8, avril 1991, p. 5 col. 1.

[1987] Le vocabulaire du joueur est à dominante anglo-saxonne et il ne bénéficie presque pas de traduction ou d'équivalent en français. Les termes peuvent être issus de l'informatique, définir un genre de jeux, ou bien encore des techniques utilisées dans la conception des logiciels (par exemple les effets spéciaux appliqués dans les jeux). Nous pouvons citer des mots tels que *gameplay*, *cel shading*, *scrolling*, *paddle* ou bien encore *shoot'em'up*.

[1988] Fichez (Elisabeth), Noyer (Jacques), *Construction sociale de l'univers des jeux vidéo*, Villeneuve-d'Ascq, Université Charles de Gaulle-Lille 3 : Collection UL3 : travaux et recherches, 2001, 173 p. ; p. 110.

les magazines axent leur champ d'études autour des actualités et des tests des jeux[1989]. Il s'agit donc des deux pôles principaux qui, s'ils sont recherchés et demandés par les lecteurs, sont aussi traités (selon nous) au détriment de dossiers ou d'articles de fond et d'analyses. D'un point de vue global, l'information provient soit des éditeurs et développeurs de jeux (communiqué de presse, présentation, entrevues), soit d'autres magazines (presse traditionnelle ou en ligne)[1990]. Elle est presque toujours officielle, même si elle peut être donnée parfois sous le ton de la confidence, et rarement les journalistes font preuve d'investigation. De plus, elle est portée vers le futur, sur ce qui va arriver et être commercialisé[1991]. Il y a donc constamment une marche en avant et, à aucun moment, de retour en arrière ou de pauses qui permettraient de prendre un plus grand recul sur l'actualité.

Les propos des journalistes se résument principalement à des avis positifs ou négatifs sur l'information qu'ils donnent et sur les tests des jeux qu'ils publient. Leurs jugements sont souvent unanimes pour les jeux perçus comme importants, mais ils sont susceptibles d'être plus tranchés ou nuancés à propos des machines ludiques. En outre, l'information n'est pas toujours donnée ou commentée de manière pertinente. Il arrive fréquemment que les journalistes se trompent, publient et présentent des rumeurs non fondées (ou invérifiables) comme *Joypad* dans son numéro 64 de mai 1997 qui annonce :

« Square serait en train d'étudier très sérieusement la possibilité de se lancer dans la production de matériel hardware, en lançant sa propre console de jeu. L'exemple de Sony qui, après avoir fait du soft pendant des années a finalement sorti la Playstation, semble faire des émules… »[1992]

[1989] D'ailleurs, ces deux éléments peuvent parfois servir en tant qu'argument de vente. Il arrive que les publications affichent sur leur couverture (ou l'indiquent dans le sommaire ou dans l'éditorial) le nombre de tests de jeux effectués par la rédaction. De même, le nombre de pages du magazine peut être mis en valeur (notamment en fin d'année en raison des fêtes et de l'actualité intense de l'industrie) pour dire implicitement aux lecteurs que le numéro est presque exhaustif et qu'il comporte beaucoup d'actualité et de tests.
[1990] Quelques fois des accords entre les magazines sont signés pour qu'une publication puisse reprendre le rédactionnel ou les informations du confrère. Généralement, il s'agit d'accords entre un magazine français et une publication étrangère. Ajoutons à nouveau que dans le cadre des actualités japonaises, les rédactions françaises sont susceptibles d'aller puiser leurs sources dans les magazines japonais, sans pour autant leur demander l'autorisation (c'est surtout le cas au début des années 1990).
[1991] Rappelons que cela marque une différence avec la presse généraliste qui se veut beaucoup plus ancrée dans le présent et parle d'un jeu ou d'une machine ludique au moment de sa commercialisation.
[1992] « *Neo Tokyo* : Après Squaresoft, Squarehard ? » dans *Joypad*, n°64, mai 1997, p. 42 col. 1.

Cette rumeur n'a aucune suite dans le magazine et la société ne donne aucun signe allant dans la direction annoncée par la nouvelle. Toutefois, nous pouvons nous demander si le journaliste n'interprète pas hâtivement, et selon ses désirs, les premières annonces de la création d'une nouvelle division de cette compagnie et dont le domaine d'application n'est pas le jeu vidéo. En effet, en 1997, elle crée un studio basé à Hawaï dans le but de réaliser un film d'animation en images de synthèse (sortie dans les salles en 2001).

Les membres des rédactions sont également susceptibles de mal discerner les actualités, mais surtout les jeux[1993]. Nous allons donner deux exemples qui proviennent du magazine *Tilt*. Le premier concerne le jeu *My Hero* sur la console *Master System*. Le journaliste écrit :

« ce jeu, fort distrayant, fait cependant pale figure face à Choplifter mais il convient parfaitement aux novices. »[1994]

Outre le fait qu'il compare deux jeux dont le genre est différent (*Choplifter* est un jeu de tir aérien tandis que *My Hero* est un jeu de combat à progression), nous pouvons constater, pour avoir essayé ce jeu, que son jugement sur la difficulté est erroné. Ce titre ne convient en aucun cas aux novices, ni même aux enfants, dans la mesure où il est extrêmement difficile. Il a une action rapide où le joueur peut être submergé par les ennemis. Sans compter qu'il n'a aucun droit à l'erreur car son avatar à l'écran s'écroule au moindre contact avec les adversaires.

Second exemple, le jeu *Super Mario Bros* sur la console *NES*. Dans son banc d'essai de la console, Mathieu Brisou déclare :

« les autres cartouches (Golf, Super Mario, Urban Champion et Popeye) apparaissent relativement médiocres lorsqu'on les compare avec les autres. »[1995]

[1993] Par exemple, au début des années 1990, principalement pour les jeux japonais, les journalistes ne se rendent pas toujours compte que le logiciel ludique dont ils parlent est un produit dérivé d'une franchise à succès du dessin animé ou de la bande dessinée.
[1994] « *Banzai* : *My Hero* » dans *Tilt*, n° 49, décembre 1987, p. 104 col. 3.
[1995] Brisou (Mathieu), « *Banc d'essai* » dans *Tilt*, n° 45, septembre 1987, p. 96 col. 1.

Un mois plus tard, dans la rubrique des tests rapides du magazine, un certain M.B indique à propos de *Super Mario Bros* :

« Célèbre au Japon, cette cartouche vous propose de sauver une princesse. La réalisation est, comme à son habitude sur console Nintendo, de très bonne facture et la diversité de l'ensemble ajoute au plaisir de jouer. Bref, un classique que vous devez absolument vous procurer sous peine de rater le meilleur de votre N.E.S »[1996].

Nous voyons qu'entre le banc d'essai de la console et le test rapide du jeu, le jugement du journaliste apparaît comme radicalement opposé. Etant donné que *Super Mario* est un jeu acclamé par la critique et qui est reconnu comme un titre fondateur du genre plate-forme, on peut se demander si la personne a réellement testé les cartouches de jeu pour le banc d'essai, ou bien s'il n'y a pas eu d'intervention du représentant français de la marque japonaise pour faire changer son jugement au moment du test. Globalement, les deux exemples cités sont typiques des erreurs de jugement des journalistes qui vont indiquer qu'un jeu est facile d'accès alors qu'il ne l'est pas, ou mal le considérer alors qu'il s'agit d'un jeu de qualité et, inversement, aimer un jeu qui s'avère sans intérêt (toutefois ceci est rare).

Les magazines connaissent quelques évolutions qui parfois peuvent être dictées par les lecteurs, à la suite des demandes massives ou à des recommandations pertinentes[1997]. Plus spécifiquement, pour les tests des jeux, on remarque quelques évolutions durant notre période d'étude, comme l'inclusion de paramètres techniques. En effet, au début de *Tilt* et de la presse de jeux vidéo, les tests comportent surtout la règle du jeu et l'avis du testeur. Au fur et à mesure de l'évolution des programmes ludiques, et notamment de leur plus grande complexité technique, de nouveaux critères de jugement apparaissent. Les graphismes, le son, l'animation, la maniabilité ou bien encore la durée de vie sont alors autant d'éléments à vérifier et à préciser car ils participent à la définition d'un bon jeu[1998].

[1996] M.B, « *Coup d'œil* : *Super Mario Bros* » dans *Tilt*, n° 45, octobre 1987, p. 44 col. 4.

[1997] Par exemple, *Joypad* décide de créer une rubrique sur l'animation japonaise à la suite des demandes des lecteurs emballés par un supplément sur une série japonaise populaire. De même, *Player One* incorpore de nouveaux critères d'analyse (jouabilité des jeux) dans ses tests après les remarques de ses lecteurs. Voir : Greg, Oliv'Gotoon, « *Anime Pad* » dans *Joypad*, n° 32, juin 1994, p.154 ; « *Courrier* » dans *Player One*, n° 21, juin 1992, p. 6 col. 3.

[1998] Les joueurs attendent aussi d'être informés sur ces différents points.

Conclusion : Une presse au centre de la vie des joueurs

La presse spécialisée est un élément déterminant et incontournable de l'univers des jeux vidéo durant notre période d'étude. Elle est lue par l'ensemble des joueurs fanatiques pour qui il s'agit pratiquement du seul moyen d'information, mais aussi d'instruction. Les différents magazines animent la communauté des joueurs et ils les guident surtout dans leurs choix ludiques (programmes, machines). Dans le décryptage de l'information et des jeux, ils sont voués presque exclusivement au trio « actualités, avant-premières, et tests ». C'est une caractéristique globale de la presse magazine durant la période étudiée, car nous retrouvons cette orientation aussi dans des magazines voués à la photographie, au cinéma et même à l'automobile. Plutôt florissante d'un point de vue économique, la presse rencontre à la toute fin de notre période d'étude des difficultés à la fois structurelles et de fondements. Le développement d'Internet, la concentration du secteur et l'évolution des joueurs provoquent des remises en question, des rejets et de vives contestations.

b) Problèmes et critiques de la presse spécialisée

La presse spécialisée dans le jeu vidéo est un media qui connaît, tout au long de la période étudiée, des oppositions, des critiques et des reproches de la part des lecteurs. Ces remarques peuvent parfois prendre une allure de véritable réquisitoire contre les magazines, les journalistes et l'ensemble de ce milieu. Elles se présentent principalement sous deux formes.

Les critiques récurrentes

D'une part, nous trouvons des observations récurrentes, communes à toutes les publications, mais quelque peu superficielles. Elles sont le plus souvent émises dans le courrier des lecteurs[1999] et elles sont à mettre sur le compte de la passion des joueurs. La lettre d'un certain Robin de Kat dans le numéro de février 1989 de *Tilt* est explicite et caractéristique de la violence des propos dont peuvent faire preuve les lecteurs lorsqu'ils pensent que leur machine fétiche n'est pas traitée comme il se doit :

« D'emblée une question : les rédacteurs d'articles de votre magazine (que j'hésite à nommer journalistes) ont-ils une formation d'informaticien ou de technicien ou sont-ils simplement des tapoteurs Basic du dimanche ? […] Je ne conteste en rien les articles concernant les logiciels. C'est un domaine bien trop subjectif (notez que certains de vos confrères vous accusent de ne pas être totalement indépendants) […] Sur la même page le CPC et le C64, je croyais la publicité comparative interdite ! Comment vendre du CPC et descendre le C64. Venons-en aux clowneries : l'Amiga : après quelques lignes de louanges forcenées, les critiques exagérées, non fondées et imaginaires pleuvent. Je m'en vais les démolir »[2000]

Soulignons que ce lecteur raille la machine concurrente de l'*Amiga*, mais aussi le journaliste coupable d'un mauvais jugement. Il écrit notamment : « *Et ! Jacques, petit*

[1999] Il y a donc sûrement, au préalable, une sélection (censure ?) des lettres de la part des membres des rédactions.
[2000] « *Forum* : Guide 89 : l'*Amiga* mal traité ? » dans *Tilt*, n° 63, février 1989, p. 12 col. 1.

tapoteur, va ! Ton ST refroidit […] Quel âge as-tu mon cher Jacques, pour transférer les défauts de ta machine chérie sur la concurrence… »[2001]

Le premier blâme concerne l'indépendance des magazines et leur soutien présumé à tel ou tel constructeur. Au regard des notes attribuées lors des tests, du nombre d'actualités ou des remarques faites lors des bancs d'essais[2002], certains joueurs[2003] viennent à penser que « leur magazine » prend le parti d'une marque en particulier. De ce fait, les jugements sont perçus comme n'étant plus objectifs et, surtout, ils estiment que la publication se livre à de la publicité déguisée. Cependant, il faut noter que ce type de remarques ne donne pas lieu à de grands débats mais seulement à des mises au point (en réponse aux lettres des lecteurs). Elles tiennent du discours du passionné qui exprime une déception partisane, peu argumentée et principalement fondée sur un ressenti.

La seconde remontrance porte sur les notes attribuées aux jeux. Elle peut être rattachée à la précédente et, là encore, il s'agit surtout d'un désaccord des lecteurs lié à leur subjectivité (vision des jeux, goûts, matériel de prédilection). Ainsi, ils vont contester la note en la trouvant soit trop élevée, soit trop basse. De plus, d'une manière générale, la fonction première des notes est d'aider les lecteurs à faire rapidement la différence entre les bons et les mauvais jeux. Cependant, non seulement les systèmes de notation en vigueur ne sont pas toujours très pertinents et précis[2004], mais en plus les évaluations sont également accommodantes[2005]. Si**,**

[2001] *Ibid.* col. 2.
[2002] Certaines revues n'hésitent pas à avoir des avis tranchés, liés par exemple aux conditions de commercialisation des produits ludiques d'une marque ou à la ludothèque d'un système de jeux. Ces prises de position, qui visent à conseiller aux mieux les lecteurs, peuvent être vues comme des signes d'une allégeance présumée à un constructeur.
[2003] Tous les lecteurs sont susceptibles d'avoir cette impression. Toutefois, les plus disposés sont généralement les joueurs qui possèdent une machine concurrente à celle qu'ils estiment favorisée par les journalistes. Ils exposent d'une certaine manière leurs frustrations vis-à-vis du traitement de l'information accordé à la marque de jeux qu'ils affectionnent, et donc leur mécontentement.
[2004] Surtout en ce qui concerne la notation en pourcentage.
[2005] La plupart des logiciels obtiennent des notes au-dessus de la moyenne. Peu de jeux obtiennent des notes vraiment basses et**,** à l'inverse, il n'y a que quelques titres qui parviennent à la note maximale. Généralement, la note parfaite est attribuée plus par rapport à l'intérêt du jeu, et à ce qu'il apporte comme sensations, que pour des critères purement techniques, même si ce point est extrêmement important (généralement le jeu qui obtient la plus haute note est aussi un programme techniquement au point). Par exemple, le jeu *Ultima Underworld* obtient de la part de *Tilt* un 20/20 parce qu'il préfigure, selon le journal, une nouvelle génération de jeux et qu'il suscite un grand intérêt au niveau de son contenu. Man-X, « *SOS aventure* : *Ultima Underworld* » dans *Tilt*, n° 100, mars 1992, p. 139 col. 2.

parfois, les magazines proposent différentes notes[2006], ou réévaluent les jeux[2007], globalement on a l'impression que les barèmes ne disposent pas de critères stricts et que les notes sont décernées en fonction du ressenti de chaque journaliste[2008].

Le troisième problème se concentre sur les revues. Tout d'abord, la publicité est régulièrement la cible de critiques de la part des joueurs. Ce n'est pas tant la publicité en elle-même ou son rôle qui pose problème, mais bien plus la place qu'elle possède au sein des publications. Dans le numéro 49 de *Tilt*, trois lecteurs abordent ce sujet et ils font état de leur mécontentement. Nous pouvons notamment lire :

« Je trouve ton journal très complet et très bien fait, mais ne trouves-tu pas qu'il y a trop de publicité ? Lorsque je le feuillette, je ne vois que des publicités : d'une demi page, d'une page, de deux pages… »[2009]

« Tilt est de plus en plus noyé par la publicité (près de 50% du journal), qui, parfois informative, se réduit souvent à de belles couleurs sans grand intérêt »[2010].

« J'ai le sentiment désagréable d'être de plus en plus souvent agressé par des messages omniprésents me contraignant à de longues et pénibles recherches pour découvrir quelques bribes de mes rubriques préférées disséminées dans un amas de pub […] Il semble désormais qu'à la rédaction de Tilt, on remplace carrément les articles par de la pub ! […] Plus de pub, moins d'articles, l'illusion risque de ne pas durer longtemps… »[2011]

[2006] Il arrive que le testeur indique plusieurs notes suivant le profil des joueurs. Par exemple, dans le cas du jeu *Dragon Ball Z Super Butoden 3*, le jeu obtient 91% pour les fans de la série, 79% pour les joueurs possédant l'épisode précédent, et 84% pour les autres joueurs. « *Dragon Ball Z Super Butoden 3* » dans *Joypad*, n° 36, novembre 1994, p. 164 col. 3.

[2007] Les réévaluations se font la plupart du temps dans le cadre de la commercialisation, sur le marché français, d'un jeu déjà testé dans les pages du magazine consacrées aux jeux japonais ou américains. Ainsi, il est fréquent qu'un même jeu dispose de trois tests (en version japonaise, puis en version américaine et enfin en version française).

[2008] Ceci peut aboutir à des situations où des jeux qui sont perçus comme meilleurs que d'autres obtiennent des notes légèrement inférieures. Ou bien encore, il peut y avoir un nombre important de jeux ayant une note similaire, mais au final, par les commentaires des journalistes, les lecteurs se rendent compte que certains sont bien meilleurs que d'autres. Par exemple, le jeu *Soul Blader* est reconnu comme un cran au-dessus de la référence du genre sur *Super Nintendo*, *Zelda 3*. Pourtant le premier logiciel cité obtient 96% tandis que le second a 99%. Voir : Allain (Sylvain), « *Soul Blader* » dans *Joypad*, n° 7, avril 1992, p. 123 ; AHL, TSR, « *The Legend of Zelda part III* » dans *Joypad*, n° 4, janvier 1992, p. 141.

[2009] « *Cher Tilt* : trop de pub ? » dans *Tilt*, n° 49, décembre 1987, p. 144 col. 1.

[2010] *Ibid.*

[2011] *Ibid.* col. 2.

Ajoutons que dans le numéro dont il est question ci-dessus, il y a 123 pages sur 147 au total qui comportent des publicités. Cependant, ce ratio important peut être expliqué par le fait qu'il s'agit du numéro de décembre. En ce qui concerne un magazine console comme *Joypad*, nous comptons, par exemple dans le numéro 75 de mai 1998, 22 pages de publicité sur 164 pages. Dans le cas de *Consoles* +, le numéro 92 de septembre 1999, par exemple, compte 35 pages de publicité sur 180.

Pour nombre de lecteurs, il y a ainsi trop de pages commerciales et ils pensent volontiers que ce type d'espace est publié au détriment du rédactionnel. L'équation est ainsi faite que moins de pages de publicité permettraient aux rédactions d'offrir plus de contenu (dossiers, tests, reportages, actualités). Pour répondre à cette accusation, les journalistes expliquent que la publicité est essentielle dans le cadre du financement du journal, mais aussi qu'une revue sans publicité n'est pas synonyme de bonne santé financière, ou de choix délibéré de la rédaction.

Ensuite, nous notons que les lecteurs sont très attachés aux particularités d'une revue, à ce qui fait sa différence, son ton, et finalement sa place dans le paysage de la presse spécialisée. De cette manière, ils apprécient peu les changements qui s'inspirent de la concurrence. Par exemple, les lecteurs de *Tilt* indiquent leur mécontentement envers la nouvelle formule, au début des années 1990[2012], car certains ajouts s'inspirent du magazine *Joystick*. Pour les lecteurs, il s'agit presque d'un affront, d'une perte d'identité, ou tout simplement d'un aveu de faiblesse inacceptable.

Les remarques acerbes et le scepticisme des joueurs

D'autre part, la presse spécialisée et les magazines sont l'objet de critiques beaucoup plus profondes et virulentes qui remettent en cause le mode de fonctionnement de ce milieu et le professionnalisme de ses intervenants. Notons que les remarques que nous venons de voir ci-dessus sont aussi parties intégrantes de ces critiques. L'expression de cette opposition se développe à la toute fin de notre période d'étude et elle est essentiellement émise sur Internet et ses forums de

[2012] « *Forum* » dans *Tilt*, n° 115, juin 1993, p. 136.

discussions. D'ailleurs, nous pouvons nous demander si la démocratisation d'Internet n'a pas joué un rôle dans ce mouvement de contestation (révélation, accroissement)[2013]. Le premier sujet de discorde et de préoccupation est relatif à la relation entre les magazines et les éditeurs de jeux vidéo.

Cette relation peut aboutir à des ententes et à des pressions exercées sur les journaux, qui prennent essentiellement la forme de deux mécanismes précis. Tout d'abord avec la publicité. Les différents professionnels du secteur (éditeurs, constructeurs) achètent des espaces publicitaires mis à leur disposition par les magazines. Elément essentiel au financement des publications, ces publicités peuvent faire l'objet de chantage. Ainsi, les éditeurs de jeux ou les constructeurs de machines ludiques ont la possibilité de menacer de retirer leurs campagnes commerciales en représailles contre un jugement ou d'un traitement de l'information qui ne leur convient pas. Le magazine en ligne *Overgame* se voit**,** par exemple**,** privé des campagnes de Sega en raison d'un avis plutôt négatif sur la politique commerciale de la marque au moment de la sortie de la console *Dreamcast* en France[2014]. De cette manière, pour éviter les conflits et les problèmes de trésorerie ou pour obtenir de la publicité, certaines revues se compromettent. *Tilt* l'indique à plusieurs reprises et dénonce les tarifs bradés, les articles des concurrents complaisants[2015] ou sans réel jugement de peur de mécontenter les annonceurs[2016].

Ensuite, à côté de la publicité, la fourniture des produits ludiques est le second élément qui permet de faire valoir une influence. En effet, si certains titres sont achetés par les magazines, ou obtenus par l'intermédiaire de prêts des boutiques spécialisées[2017], la plupart du temps ils sont donnés, ou prêtés**,** par les

[2013] Notamment en permettant plus aisément de mettre en relation les joueurs et les journalistes. En outre, les discussions ou les sujets abordés peuvent être plus facilement lancés et être**,** par la même occasion**,** radicale car il n'y a pas de sélection des messages (des modérateurs peuvent toutefois intervenir lorsque la charte de bonne conduite n'est plus respectée). D'autre part, l'apparition d'une presse en ligne gratuite est également susceptible d'apporter des points de comparaisons et une vision différente de la presse traditionnelle. Elle peut faire naître alors de nouvelles envies de la part des lecteurs qui deviennent plus critiques envers le contenu proposé.
[2014] Hérard (Jérôme), « Sega France, où vas-tu ? » dans *Overgame.com*, 29 décembre 1999.
[2015] *Tilt*, « *Edito* » dans *Tilt*, n° 62, janvier 1989, p. 4 col. 1.
[2016] Huyghues-Lacour (Alain), Hermelin (François), Scamps (Olivier), « *Dossier* : la guerre des consoles » dans *Tilt*, n° 81, septembre 1990, p. 104.
[2017] C'est le cas des jeux étrangers par exemple. L'achat et le prêt sont également réalisés et envisagés lorsque les rédactions veulent être sûres de tester les jeux dans une version identique à celle que les joueurs posséderont. Raggal, « *Courrier des lecteurs* » dans *Gamekult.com*, 30 septembre 2004, http://www.gamekult.com/actu/courrier-des-lecteurs-A0000036631.html

professionnels du secteur. De la part des éditeurs de jeux, les magazines reçoivent les logiciels ludiques avant leur commercialisation[2018]. De celle des constructeurs de machines, ils obtiennent des systèmes capables de lire des jeux à la fois en version commerciale et en version de développement, notamment pour effectuer les avant-premières. De plus, il faut ajouter la fourniture d'images des jeux et des biographies de leurs créateurs (programmeurs, graphistes, musiciens, architectes de jeu)[2019].

Selon les désaccords (ou même la politique et les désirs des éditeurs), ces produits ludiques peuvent ne plus être envoyés aux rédactions[2020], ce qui peut donc entraver le travail des journalistes, retarder la publication des tests ou obliger les journaux à des investissements supplémentaires. A ces deux points ajoutons la négociation d'exclusivités diverses[2021] et les invitations aux présentations ou aux soirées de lancement des jeux.

La dépendance de plus en plus prononcée de la presse vis-à-vis des annonceurs et de l'information qui émane des éditeurs/constructeurs pose la question de sa liberté éditoriale, mais aussi de la corruption dans ce secteur. Il n'est pas aisé de connaître le niveau (et la fréquence) de la compromission des magazines, car c'est un sujet tabou, difficile à évaluer, et qui se heurte au silence des rédactions. La presse tient à montrer son honnêteté et à se dire intègre[2022]. D'après les différentes sources consultées, la presse a tout le long de la période étudiée subi des pressions importantes[2023], tissée des liens avec les attachés de presse, et elle s'est également

[2018] La plupart du temps, les logiciels sont gardés par les rédactions, sauf exception. Pour ce qui est des versions en développement, elles ne sont pas conservées. « *Forum* » dans *Tilt*, n° 69, septembre 1989, p. 126 col. 1.
[2019] « *Courrier* » dans *Joystick*, n° 6, juin 1990, p. 6 col. 3.
[2020] C'est ce qui arrive, d'après *Overgame*, à l'ensemble de la presse en ligne à la fin de l'année 1999 quand Sega France refuse de leur faire parvenir un programme qui offre la possibilité d'utiliser les CD de jeux encore en développement. Pour faire face au problème, *Overgame* décide de recourir à l'importation parallèle. Hérard (Jérôme), « Sega France, où vas-tu ? » dans *Overgame.com*, 29 décembre 1999. Site indisponible.
[2021] Reportages, tests, avant-premières, couvertures de magazines.
[2022] La plupart du temps, les intervenants qui révèlent et commentent les ententes ont tendance à les minimiser, en indiquant qu'elles font partie du passé et qu'elles ne sont plus d'actualité. En outre, ils incriminent plus facilement la presse étrangère (particulièrement anglaise ou japonaise).
[2023] Il apparaît que les éditeurs de jeux, les constructeurs, les distributeurs et les revendeurs sont susceptibles d'appuyer un magazine en échange d'une certaine soumission et clémence dans les tests. Surtout, il y a quelques fois une volonté de dompter, voire de réprimer, les publications indépendantes et non soumises. Par exemple, l'éditeur Océan est coutumier des pressions exercées sur les rédactions (notamment chantage à la publicité). En outre, la société Amstrad possède la réputation de ne pas supporter les critiques et de s'offusquer facilement des jugements des journalistes. Elle a même favorisé, d'après *Tilt*, un groupe de presse face à un éditeur indépendant qui publiait un magazine sur les machines Amstrad pour le faire disparaître. Voir : Blottière (Jean-Michel), « *Edito* » dans *Tilt*, n° 57, septembre 1988, p. 4 col. 1 ; Gaultier (Pierre), « I*nterview* : Olivier Scamps » dans

livrée à des arrangements avec les éditeurs/constructeurs. Néanmoins, on ne peut pas tout à fait parler de corruption franche et directe. Il y a de nombreuses tentatives de subordination, mais aussi parfois de l'autocensure. Les accords (implicites ou non) se portent avant tout sur les tests. Les journalistes peuvent se montrer moins sévères lors de la notation d'un jeu ou décaler la publication des critiques des logiciels ludiques qui posent problèmes, pour leur laisser quelques semaines de vie commerciale.

De par les enjeux financiers et la publicité, la liberté d'expression des journalistes de jeux vidéo n'est pas toujours totale[2024] et souvent des compromis sont faits. Cependant, les rédactions semblent globalement en mesure de dire ce qu'elles pensent. C'est en tout cas ce que laisse entendre Olivier Scamps (directeur de la rédaction de *Joypad*) dans une interview donnée à un site internet. Il prend en exemple le cas « les réservés de la rédaction » sur la console *Playstation 2* alors que la rédaction s'occupe du magazine officiel de Sony. De même, la rédaction n'hésite pas à attribuer une mauvaise note à un jeu Disney, alors que l'entreprise américaine est actionnaire de la maison d'édition du magazine[2025]. Toutefois, par manque de documents, nous ne pouvons pas réellement confirmer ou infirmer ses propos.

Les rédactions mettent aussi un point d'honneur à être impartiales et elles n'hésitent pas à dénoncer les tentatives de corruption qui leur apparaissent comme inacceptables et incompatibles avec le travail journalistique[2026]. En outre, il n'y a aucune discussion possible entre les deux parties lorsque le jeu est mauvais. Les jeux concernés par les ententes sont souvent des titres attendus par les joueurs, ou des logiciels de bonne ou de moyenne facture, dont le succès commercial est plus ou moins assuré par avance.

La qualité des publications en question

Polygonweb.online.fr, décembre 2000, http://polygonweb.online.fr/scamps.htm ; « *Tilt Journal* : Amstrad joue les boute en train » dans *Tilt*, n° 68, juillet/août 1989, p. 38 col. 3.

[2024] Il est à noter que les magazines leaders de leur catégorie, et donc incontournables pour les annonceurs ou qui sont forts de ventes importantes, disposent de plus de liberté.

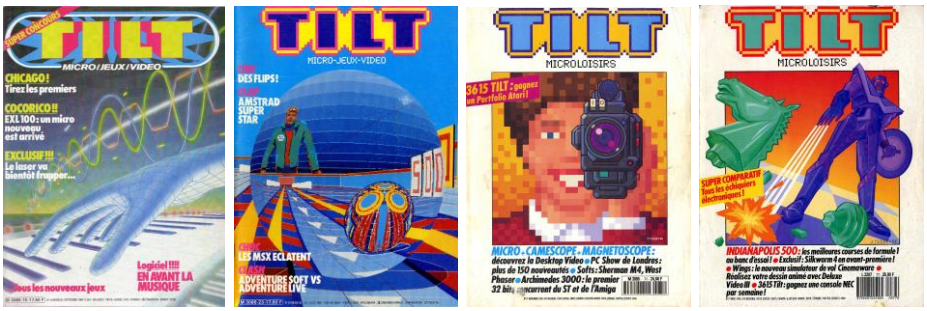
[2025] Gaultier (Pierre), « *Interview* : Olivier Scamps » dans *Polygonweb.online.fr*, décembre 2000, http://polygonweb.online.fr/scamps.htm

[2026] Le magazine *Tilt* est d'ailleurs spécialiste pour dénoncer les abus des éditeurs et la corruption des concurrents en échange d'exclusivités ou de publicités.

Le troisième point qui fait débat est centré sur la qualité des magazines, des journalistes et des articles proposés. D'un point de vue très général, plus on avance dans notre période d'étude et plus nous avons l'impression que les magazines de jeux vidéo se ressemblent tous. Finalement, ils ne présentent pas de grandes différences, aussi bien en termes de contenu que dans le traitement de l'information ou dans le ton adopté[2027].

Par exemple, nous pouvons voir la ressemblance des magazines avec leurs couvertures. Nous en avons placés quelques « unes » en annexe[2028]. Globalement, sur l'ensemble de la période étudiée, les « unes » des magazines spécialisées sont influencées par leur époque et la perception de la société sur ce nouveau loisir.

Illustration 3.10 : Quelques « unes » qui datent des années 1980





Ainsi, au début des années 1980, les couvertures ont des visuels qui font penser au futur (entre science-fiction et futurisme) et à un monde entièrement nouveau et

[2027] Si, pour un néophyte, les titres de cette presse sont susceptibles d'être semblables, ce n'est pas le cas pour les joueurs. Ces derniers décèlent des contrastes importants et un ton propre à chaque magazine. Cette différence de vision peut venir du fait qu'ils sont de véritables supporteurs de leur publication fétiche avec, parfois, un sentiment d'inimitié pour les magazines concurrents, jugés comme moins compétents.
[2028] Voir annexe presse p. 171, p. 175 et p. 176.

« informatique ». Parfois, elles évoquent les possibilités de créations (musique, vidéo) offertes par l'ordinateur. Bien sûr, les publications adoptent aussi des images de jeux vidéo.

Or, à partir des années 1990, nous trouvons qu'il y a un mouvement d'uniformisation car les magazines spécialisés réalisent de plus en plus leurs couvertures uniquement à partir d'une iconographie tirée de jeux vidéo (jeux, console).

Illustration 3.11: Une uniformisation des couvertures







Ces quelques exemples, tirés de « unes » d'années et de magazines différents, nous semblent caractéristiques de cette standardisation. Au-delà de la maquette du journal, du personnage ou des véhicules représentés, nous retrouvons les mêmes types d'images, les mêmes poses ou les mêmes façons de symboliser une scène, une série ou un genre de jeux vidéo.

Nous pouvons, tout d'abord, nous demander si cette tendance ne révèle pas la formation d'une culture liée aux jeux vidéo, avec sa propre manière de mettre en scène « les icônes » de cet univers ludique. Ensuite, elle résulte peut-être du développement de l'industrie du jeu vidéo qui fournit les visuels à la presse, mais aussi de la progression, dans la société, de la consommation de loisirs et de produits culturels. Ces « unes » sont attachées principalement à l'actualité et à un jeu du moment dont la commercialisation est proche ou effective dans le mois. Elles envoient des signaux aux joueurs pour leur signifier qu'un titre important sera bientôt dans les commerces. A travers le joueur, elles s'adressent au consommateur et elles font de ces revues des sortes de catalogues marchands.

Enfin, nous pouvons constater que ce mouvement est aussi la conséquence de la concurrence que se livrent les rédactions pour attirer les joueurs et les lecteurs. En effet, elles sont attentives à leurs goûts et, de cette manière, elles sont enclines à réaliser des couvertures en lien avec leurs personnages ou leurs séries préférés, susceptibles de les séduire immédiatement. Surtout, elles n'hésitent pas à réutiliser les thèmes « à la mode » plusieurs fois dans une même année.

Illustration 3.12: Exemples de couverture sur la série *Dragon Ball Z*



Nous en avons un exemple avec les couvertures ci-dessus qui sont consacrées à la série animée *Dragon Ball Z*. Rappelons que dans la seconde moitié des années 1990, ce dessin animé connaît un grand engouement parmi la jeunesse. La presse console s'empare de ce phénomène (à l'origine de plusieurs jeux vidéo) mais aussi elle s'engouffre également dans la mode des *manga* et de l'animation japonaise qui commence à se développer fortement.

Parmi les reproches, notons pour commencer des problèmes liés aux méthodes de travail et à la compétence des journalistes. Les magazines comportent des erreurs, des informations non vérifiées, des jugements prématurés et bien souvent aucune véritable réflexion et ni recul vis-à-vis de l'information traitée[2029]. Par exemple, les images des jeux en développement fournies par les éditeurs sont parfois issues des kits de développement ou retouchées avec des programmes pour que le jeu paraisse plus abouti graphiquement. Or, sauf exception, les images sont publiées sans avertissement ou questionnement la plupart du temps. D'autre part, les articles sont parfois approximatifs et ils peuvent contenir des fautes d'orthographe et des erreurs de syntaxe, des jeux de mots idiots et des poncifs. Les tests sont ainsi souvent réduits à des descriptions techniques[2030] et à des adjectifs extrêmement élogieux ou au contraire réprobateurs, en guise d'avis et d'observations.

Par exemple, sur le jeu *Street Fighter 2*, un testeur de *Joypad* écrit en 1992 :

« le jeu de l'année est enfin arrivé sur Super Famicom. Et bordel de Zeus, c'est vrai, Street Fighter 2 n'est pas une moitié de daube, ce n'est même pas les trois quarts d'une daube, Street Fighter 2 est absolument complètement remarquable »[2031].

Autre exemple, à propos du jeu *Mario Kart* :

« le plus impressionnant est sans aucun doute le côté technique du jeu. Avec des rotations en permanence, des effets sonores superbes et surtout une vitesse de

[2029] Gaultier (Pierre), « *Dossiers* : Ecrire autrement sur les jeux vidéo » dans *Polygonweb.online.fr*, octobre 2000, http://polygonweb.online.fr/ecrire.htm
[2030] Nous donnons des exemples caractéristiques de test dans l'annexe. Voir annexe presse p. 178.
[2031] « *Test* : *Street Fighter 2* » dans *Joypad*, n° 11, août/septembre 1992, p. 134 col. 3.

défilement hors du commun, ce titre a tout pour vous séduire […] Vraiment, je ne saurais que trop vous le conseiller, c'est un véritable festival d'amusement et d'éclatement absolu »[2032].

Autre point de discorde, le ton utilisé par les journalistes. Durant les années 1980, les magazines utilisent un ton plutôt soutenu, qui s'adresse à un public assez large. Certaines publications, comme *Hebdogiciel* ou *Canard PC* (ce dernier apparaît à la toute fin de notre période d'étude), adoptent même un ton satirique, à la manière d'un hebdomadaire comme *Le Canard Enchaîné*[2033]. Cependant, à la fin des années 1980 et surtout avec l'apparition de la presse spécialisée dans les consoles de jeux, la façon de s'exprimer devient plus légère, « orale » et familière. Par exemple dans son éditorial d'octobre 1992, AHL du magazine *Joypad* écrit :

« pas moins de 79 nouveautés ce mois-ci :ça ne rigole pas ! Les tongs sont déchaînés en ce moment et ce rythme infernal ne devrait pas se ralentir d'ici la fin de l'année »[2034].

Il réutilise le mot « tong » dans le même numéro, dans une actualité sur le jeu *Record of Lodoss War*[2035].

Le ton adopté par les journalistes est tourné vers un humour inutile et peu heureux et le style d'écriture devient moins strict[2036]. Dans le test du jeu *Metal Gear Solid* du mensuel *Joystick*, nous pouvons lire en conclusion :

« dans le domaine des lourdeurs propres à la console, les mecs refroidis ne laissent pas leur arme derrière eux. Certes, c'est un choix, mais devant la richesse du background, ça fait un peu minable […] Autre chose de lourd : les dialogues, ils sont chiants, mais chiants de chez chiants […] Mais ils ont une furieuse tendance à

[2032] « *Test* : *Super Mario Kart* » dans *Joypad*, n° 13 octobre 1992, p. 114 col. 2.
[2033] Nous le voyons, par exemple, avec quelques titres de « une » d'*Hebdogiciel* tel que « *Atari nous a tous pris pour des cons* » le 28 septembre 1984, *« désolé, mais l'informatique c'est de la merde !* » le 2 août 1985, « *L'ordinateur et le fric* » le 31 janvier 1986, ou bien encore « *MSX* deux et je retiens un » le 14 mars 1986.
[2034] AHL, « *éditorial* » dans *Joypad*, n° 13, octobre 1992, p.4 col. 3.
[2035] *Ibid*. p. 13 col. 1.
[2036] Nous pouvons nous rendre compte de ce changement de style avec *Tilt*. D'un style soutenu, presque universitaire, le magazine s'oriente, à partir des années 1990, vers un style oral, proche de ceux de ses concurrents (comme *Joystick*) et vers un traitement de l'information de plus en plus superficiel.

être aussi branlators qu'un bon discours de BHL, et aussi passionnants qu'une interview de Daniela Lumbroso (la féminité se porte bien merci !...(sic)) »[2037].

Cette évolution est dictée par la cible principale des magazines qui s'est restreinte aux seuls joueurs et donc essentiellement à un public d'adolescents. Les journalistes ne s'adressent plus à des lecteurs, mais bien plutôt à leurs camarades.

En ce qui concerne les journalistes, la façon d'effectuer leur travail est de plus en plus remise en cause. Le premier souci vient du fait qu'aucun d'entre eux ne fait carrière dans cette activité. Les effectifs sont constamment renouvelés par des personnes le plus souvent débutantes, mais aussi jeunes[2038]. En outre, comme nous avons pu déjà l'indiquer, ce phénomène favorise l'arrivée au sein des rédactions de joueurs fanatiques et passionnés. De cette manière, nous pouvons pointer globalement un problème de recrutement. Les journalistes recrutés n'ont pas forcement le profil et surtout les compétences pour exercer ce métier. Beaucoup font état d'un manque de culture dans le domaine des jeux vidéo (voire de culture générale), d'un manque de recul ou d'objectivité face à l'actualité et aux produits ludiques. A ces éléments, il faut ajouter la concordance des opinions[2039], une mauvaise foi, des caractères blasés[2040] ou élitistes[2041], mais aussi un certain paternalisme envers les lecteurs. Notons que le secteur ne compte aucun journaliste indépendant, en marge des rédactions ou de ce monde clos, susceptible de mener des enquêtes et d'apporter une méthodologie mais aussi un regard différent sur l'industrie des jeux vidéo.

[2037] Pete Boule, « *Test* : *Metal Gear Solid* » dans *Joystick*, n° 121, décembre 2000, p. 118 col. 2.
[2038] Le Diberder (Alain et Frédéric), *L'univers des jeux vidéo*, Paris, La découverte, 1998, 274 p. ; p. 152.
[2039] La majorité des journalistes possèdent la même opinion sur la plupart des jeux et des sujets qui touchent à l'univers des jeux vidéo. C'est ce qui ressort de la plupart des articles. Les différences d'opinion ne se reflètent pas franchement dans les pages des magazines, ni entre les différentes publications.
[2040] Ce comportement peut s'exprimer à travers la note du jeu, mais aussi dans la mise en cause d'éléments techniques infimes (et hypertrophiés pour l'occasion), justifiant aux yeux des journalistes leur retenue lors de l'évaluation.
[2041] Par exemple, il s'agit de préférer (voire dénigrer) une console à une autre, ou de mettre en avant le *PC* face aux consoles. Le but est alors de montrer où sont les meilleurs jeux et qui sont les « vrais » joueurs (et accessoirement se montrer connaisseur et spécialiste).

Conclusion : une presse florissante qui s'enfonce dans la crise

D'après ce que nous venons de voir, il y a essentiellement trois critiques principales formulées à l'encontre de la presse spécialisée (de jeux vidéo). D'une part, un manque d'indépendance liée aux pressions des professionnels du secteur (chantage à la publicité, fourniture des sources ludiques). D'autre part, une qualité médiocre en ce qui concerne la réflexion sur les jeux vidéo et les critiques (rudimentaires) des logiciels ludiques. Ces deux problèmes ne touchent pas seulement le type de presse qui nous intéresse dans notre étude. Selon nous, il concerne aussi l'ensemble de la presse spécialisée française et particulièrement celle qui se consacre aux domaines culturels et aux nouvelles technologies.

Lorsqu'on regarde notre période d'étude, il nous semble que l'on peut faire une séparation entre la presse spécialisée de la décennie 1980 et celle qui se met en place à partir des années 1990. Nous pouvons nous apercevoir que lors de l'apparition de cette presse en France, les magazines font preuve d'une certaine exigence. Des titres tels que *Tilt* ou *Hebdogiciel* proposent à la fois des tests de jeux, des actualités et quelques articles de fond. Ils possèdent un style plutôt soutenu et ils savent se montrer critiques vis-à-vis de l'actualité et de l'information.

Or, le niveau de cette presse paraît baisser, à la fin des années 1980, avec l'arrivée de nouveaux titres, de nouveaux journalistes et le retour des consoles des jeux. La presse devient une presse de passionnés, proche de son lectorat (constitué majoritairement d'adolescents) et qui se voue exclusivement à l'actualité[2042] en consacrant les rubriques « actualité », « avant-premières » et « tests de jeux ».

Nous pensons que cette évolution s'explique, dans un premier temps, par le fait qu'en abordant à nouveaux les consoles de jeux, cette presse cherche à ne s'adresser qu'aux adolescents et aux enfants qui sont les deux cibles privilégiées de ce type de machine ludique. De cette manière, les magazines adoptent un ton plus léger pour faire « jeune » et tenter d'accrocher les nouveaux entrants dans ce loisir

[2042] Cette orientation reflète aussi les désirs des lecteurs/joueurs qui veulent être toujours plus informés, conseillés et, ce, le plus rapidement possible sur les dernières tendances et autres nouveautés du secteur. Par conséquent, la presse s'adapte et elle répond à la demande d'un lectorat qui y trouve alors son compte.

numérique. Ainsi, la réalisation d'articles courts, simples à comprendre et rapides à lire peut apparaître comme en adéquation avec les goûts en matière de lecture de ce nouveau lectorat. En outre, avec le renouvellement des effectifs, il se trouve que les rédactions sont de plus en plus constituées de jeunes et de joueurs, dont certains poursuivent leurs études. On peut émettre l'hypothèse qu'en plus de ne pas maîtriser certaines méthodes de travail (dissertation, méthodes du journalisme), ces nouveaux journalistes font des magazines à leur image, selon leurs désirs et les intérêts qu'ils portent aux jeux vidéo.

Dans un second temps, nous pouvons y voir aussi l'influence du développement d'une société vouée aux loisirs et dont la consommation de produits culturels prend de plus en plus d'ampleur. En effet, cette façon d'écrire et de faire du journalisme, qui se veut proche des lecteurs, apparaît comme ludique. Elle transforme le magazine en objet de divertissement comme un autre, axé sur la détente des lecteurs. Par exemple, nous voyons une opposition entre les articles de la rubrique *Actuel* de *Tilt,* qui possède plusieurs pages et peu d'images, et les maquettes très graphiques des magazines spécialisés, aux textes plutôt courts, à la fin de notre période d'étude. Nous avons l'impression que les articles orientés vers la réflexion, ou qui s'éloignent de l'actualité, sont considérés comme des obstacles à l'amusement que les magazines veulent procurer. Comme si, ce type d'article était perçu, de base, comme compliqué et ennuyeux pour le lecteur. On peut également se demander s'il n'y a pas une analogie implicite avec les études. Ce genre d'article rappellerait fortement l'école et, donc, il entrerait en contradiction avec l'aspiration des jeunes lecteurs à s'évader du quotidien scolaire et à se détendre.

Il nous apparaît aussi que cette tendance reflète l'idée selon laquelle un lecteur moins informé, ou plutôt informé uniquement sur le produit « jeux vidéo », est potentiellement un meilleur consommateur (ou un consommateur plus docile). En effet, à mesure que se professionnalise cette presse, celle-ci se dirige vers un journalisme qui ne froisse pas les acteurs économiques, toujours enthousiaste et qui ne parle pas, ou très peu**,** des sujets délicats (par exemple, les mauvais jeux). En plus de la raréfaction des articles d'analyse, l'information est donnée pour être consommée de plus en plus rapidement. Selon nous, ce point peut aller dans le sens

de la perception d'une société qui vit de plus en plus vite, à mesure qu'elle entre dans l'ère de la communication, des loisirs, et des produits technologiques.

La fin de notre période d'étude se caractérise par une défiance des joueurs à l'égard de la presse spécialisée traditionnelle et « historique »[2043]. Nous l'avons notamment constaté en lisant quelques forums de discussions sur des sites spécialisés de jeux vidéo. Ils sont de plus en plus nombreux à ne plus l'approuver et à regretter son manque d'évolution, ainsi que son immaturité. Alors que les joueurs vieillissent[2044], les différentes publications spécialisées continuent à viser en priorité un public d'adolescents. En outre, elles apparaissent de plus en plus comme de simples catalogues, des guides d'achat aux lignes éditoriales figées et des relais des politiques commerciales des entreprises du secteur des jeux vidéo. Les joueurs se rabattent donc sur Internet, qui propose le même contenu que la presse traditionnelle, mais gratuitement[2045]. Il est aussi possible d'y trouver des articles d'analyses (principalement sur des sites anglo-saxons) ou qui traitent de sujets délaissés des magazines. Comme nous l'avons dit précédemment, nous retrouvons là l'aspiration à consommer « sa » culture et « son » information « à la carte ».

Le développement d'Internet, et la profusion de l'écrit numérique (magazines en ligne, forums, sites amateurs) favorisent**,** selon nous, non seulement le basculement des joueurs vers la presse en ligne, mais aussi une prise de conscience des lacunes de la presse traditionnelle. Le niveau d'exigence des joueurs devient toujours plus élevé et ces derniers veulent des magazines qui se détachent des sites Internet et qui proposent un contenu différent. Surtout, ils désirent de la réflexion et un recul par rapport à l'actualité et à une information que l'on peut qualifier « d'officielle ». Ces nouveaux désirs sont sûrement liés au vieillissement des joueurs de jeux vidéo et du lectorat de la presse spécialisée.

Indispensable aux joueurs durant notre période d'étude, la presse spécialisée perd de son importance et de son influence au début des années 2000. Elle n'est plus incontournable et elle est de moins en moins en adéquation avec son lectorat

[2043] Toutefois, des titres comme *Joypad* ou *Joystick* se détachent du lot par leurs qualités et jouissent d'une bonne réputation parmi les joueurs.
[2044] Voir p. 405.
[2045] La gratuité est l'un des points essentiels qui attire les lecteurs vers la presse en ligne.

traditionnel. La décennie qui s'ouvre est synonyme pour ce secteur du journalisme, comme pour l'ensemble de la presse en France, de forte concurrence du media Internet et de crise à la fois économique et morale.

Selon nous, ces difficultés poussent davantage la presse spécialisée à se placer du côté des industriels plutôt que du côté de ses lecteurs. Nous le voyons à partir de la seconde moitié des années 2000, notamment via Internet (notamment par les commentaires des joueurs ou même de journalistes sur les forums de discussion ou les réseaux sociaux). En outre, nous pouvons constater aussi que cette presse s'inspire de plus en plus de la presse féminine et de la presse à scandale, dans sa façon de traiter et de rapporter l'information et notamment les actualités.

Les journalistes se transforment en véritable « chiens de garde », selon l'expression du philosophe Paul Nizan, reprise par le journaliste Serge Halimi dans son ouvrage *Les nouveaux chiens de garde*[2046]. Pour vivre de leurs écrits, lancer de nouvelles publications (en ligne ou non), ou continuer à fréquenter ce milieu, ils deviennent de plus en plus complaisants avec les éditeurs de jeux et les constructeurs de machines ludiques. Ils se transforment en simple relais des politiques commerciales et de la propagande des professionnels du jeu vidéo[2047]. Globalement, cette époque consacre un journalisme qui flirte avec la communication (aussi bien dans les domaines politiques, économiques que culturels). Certains thèmes comme l'histoire ou la culture des jeux vidéo, les reproches ou les faits divers impliquant les jeux vidéo deviennent des sujets récurrents qui sont utilisés pour donner l'illusion d'une réflexion sur le loisir. Ils permettent de faire diversion sur les collusions entre les acteurs économiques de l'industrie et les journalistes. De même, soulignons que le milieu des journalistes de jeux vidéo devient une sorte de caste défendant ses intérêts, fonctionnant sur le principe de la cooptation, de la renommée en ligne et de l'autopromotion.

[2046] Halimi (Serge), *Les nouveaux chiens de garde*, Paris, Raisons d'agir, 2005, 155 p.
[2047] Nous le voyons notamment avec certains journalistes qui font aussi office de présentateurs des différents événements organisés par les professionnels du jeu vidéo (événement pour la presse, commercialisation de jeux dans des grands magasins). Nous pouvons également donner l'exemple du site Internet *Gameblog* (apparu en 2007) qui possède une section de journaux en ligne (des « blog ») dédié aux professionnels (aussi bien des journalistes que des membres d'équipe de développement de jeux). Cette partie est présentée aux lecteurs comme une possibilité d'en apprendre plus sur « l'envers du décor » et la fabrication d'un jeu vidéo.

Ces évolutions du journalisme proviennent notamment des changements économiques induits par le développement d'Internet, mais aussi du changement de comportement des consommateurs (développement de l'esprit de gratuité). Ils résultent d'un stade où la presse cherche de nouveaux schémas et surtout de nouvelles formules de financement.

VI) Les manifestations et les salons

1) Les salons dédiés aux jeux vidéo

a) Les événements américains et japonais

Nous abordons les salons américains et japonais car ces derniers se révèlent être les expositions les plus importantes du secteur des jeux vidéo, en raison de leur audience mondiale, mais aussi du poids de ces deux pays dans cette industrie. En outre, ils possèdent dans l'hexagone un fort retentissement chez les joueurs, la presse, ainsi que les professionnels. Ces salons sont de deux types, avec premièrement des exhibitions qui ne sont pas dédiées aux jeux vidéo. Ces derniers ne sont donc pas l'attraction principale, et ils sont plutôt un élément parmi d'autres. Secondement, à partir du milieu des années 1990, apparaissent (aux Etats-Unis et au Japon) deux grands salons exclusivement portés vers les jeux vidéo.

Les salons américains

Aux Etats-Unis, le premier événement qui accueille ce nouveau loisir numérique est le *Consumer Electronics Show* (ou *CES*), un salon consacré à l'électronique grand public, apparu en juin 1967[2048]. Il se tient deux fois par an entre 1978 et 1994, avec une édition d'hiver à Las Vegas, et une édition d'été à Chicago[2049]. Il est dans un premier temps strictement réservé aux professionnels et aux journalistes, cependant en 1992[2050] il s'ouvre au public. Les industriels y exposent des nouveautés technologiques, mais aussi des produits (image, son, vidéo, électroménager) qu'ils vont prochainement commercialiser. Il s'agit également d'un endroit dont la vocation est de faire rencontrer les différents partenaires internationaux[2051]. C'est ainsi que le salon voit la présentation de produits tels que le magnétoscope, le lecteur de disque compact, le disque DVD ou bien encore de la télévision haute définition. En terme de jeux vidéo, le *CES* est le théâtre de

[2048] http://www.cesweb.org/aboutces.asp#734
[2049] A partir de 1998, le *CES* devient annuel. Il se tient alors à Las Vegas. http://en.wikipedia.org/wiki/Consumer_Electronics_Show
[2050] « *Stop Infos* : Chicago 92, des jeux chocs et chics » dans *Player One*, n° 22, juillet 1992, p. 20 col. 1.
[2051] Charreyron (Véronique), « *Tilt journal* : Las Vegas : rien ne va plus » dans *Tilt*, n° 29 mars 1986, p. 9 col. 3.

l'exhibition de la plupart des machines ludiques (ordinateurs et consoles) et des jeux des années 1970 jusqu'à 1994. Après cette dernière année, et avec l'établissement d'un salon dédié aux jeux vidéo, le *CES* perd de l'intérêt pour le secteur et les joueurs. Toutefois, les jeux vidéo continuent d'être présents à l'événement, mais celui-ci n'est plus couvert (ou très peu) par la presse spécialisée[2052].

A partir de 1995, le *CES* est supplanté par l'*Electronic Entertainment Expo* (ou E3), un salon organisé et voulu par l'*Interactive Digital Software Association*[2053], un syndicat d'éditeurs américains[2054]. Dédiée aux professionnels du jeu vidéo et entièrement vouée à ce loisir, l'exposition est annuelle et elle se tient principalement à Los Angeles[2055] (en mai ou en juin). Dès son lancement, il s'agit d'un événement conséquent, aussi bien en ce qui concerne le nombre de visiteurs[2056], que du point de vue du soutient des professionnels (constructeurs, éditeurs, développeurs). Le salon se découpe en deux phases, avec dans un premier temps, avant son ouverture effective, des conférences de divers acteurs comme les éditeurs et surtout les constructeurs. C'est un moment important car outre les bilans financiers et autres indications sur les stratégies commerciales, les entreprises relèvent au cours de l'exercice leurs nouveaux jeux, ainsi que leurs nouvelles machines ludiques. La seconde étape voit l'accès au salon, avec des bornes de jeux pour tester les produits ludiques (en version de démonstration ou finale), et la tenue de rendez-vous professionnels. Ce salon offre aussi l'occasion de voir, en ce qui concerne les consoles de jeux, les versions occidentales de titres alors uniquement disponibles au Japon. Ajoutons qu'à partir de 1998[2057], l'*E3* délivre ses propres récompenses.

[2052] Par exemple, la console *Xbox* de Microsoft est présentée en avant-première lors du *CES* de 2001.
[2053] En 2003, le syndicat est renommé *Entertainment Software Association*.
[2054] L'établissement de l'*E3* vient également attester le divorce entre les industriels américains des jeux vidéo et les représentants du *CES*. Les premiers considèrent que leur secteur est relégué en seconde zone du salon et n'a pas la visibilité adéquate à la vue du développement du loisir et de sa situation économique.
[2055] Sauf en 1997 et 1998 où la convention se déroule à Atlanta. Kent (Steven), « *Ten Years of E3* » dans *Gamespy.com*, 15 mai 2005, p. 1. http://uk.gamespy.com/articles/611/611294p1.html
[2056] Pour notre période d'étude, nous n'avons pas trouvé de chiffres précis (ou bien alors les sources sont manquantes ou peu fiables). On peut indiquer que l'affluence entre 1995 et 2004 croit de 50 000 personnes à environ à 75 000 personnes. *Ibid.*
[2057] http://www.gamecriticsawards.com/index.html

Les expositions japonaises

Du côté des Japonais, les salons de l'archipel commencent à intéresser la presse spécialisée française au début des années 1990, lorsque les consoles reviennent sur le devant de la scène « vidéoludique ». Différents salons sont alors couverts comme le *Consumer Soft Group*[2058] apparemment dédié aux jeux vidéo ou le *Tokyo Toy Show* qui lui concerne l'industrie du jouet dans son ensemble. A ceux-ci s'ajoutent des expositions consacrées à l'arcade ou aux machines automatiques (*Aou Show*, *Jamma Show*), ainsi que des conventions organisées par les constructeurs autour de leurs produits[2059].

A partir de 1996, un salon de la dimension de l'*E3* est crée par l'organisation *Computer Entertainment Supplier's Association* (CESA). Ouvert à la fois aux professionnels et au public[2060], il se nomme *Tokyo Game Show* (*TGS*), et il se déroule jusqu'en 2002, deux fois par an[2061]. Tout comme l'*E3*, il est le siège d'annonces de nouveaux jeux et de nouvelles consoles, et de démonstrations des titres en développement ou sur le point d'être commercialisés. Centré sur les produits japonais et le marché japonais, ce salon dispose néanmoins d'une audience internationale[2062], et il devient, en outre, complémentaire de l'*E3*.

Conclusion : des événements incontournables pour les professionnels *et les passionnés*

Les salons américains et japonais se posent comme les événements les plus importants de l'industrie des jeux vidéo. C'est généralement durant leur tenue que les grandes annonces du secteur sont faites, et que les nouveaux jeux ou les nouvelles consoles sont présentés en avant-première. Pour les professionnels, ils permettent

[2058] Ce salon se déroule au début des années 1990 deux fois par an. « *News/previews* : *infos* : *CSG* Tokyo » dans *Joypad*, n° 20, mai 1993, p. 50.
[2059] C'est par exemple le cas de Nintendo qui organise son propre salon, connu sous le nom de *Nintendo Space World* ou de *Shoshinkai* (on trouve également la mention de *Famicom Space World*). Cet événement n'est pas annuel. Son organisation est au bon vouloir de la firme. Il se tient de 1989 à 2001 pour la période que nous étudions.
[2060] Se déroulant sur trois jours, le premier est réservé aux professionnels, tandis que les deux derniers jours sont ouverts au public.
[2061] A partir de 2002, il devient annuel. « *TGS* 2002 » dans *Joypad*, n° 124, novembre 2002, p. 12 col. 2.
[2062] Cette audience se rencontre aussi bien dans les médias spécialisés qui couvrent en masse l'événement qu'en termes d'affluence. Par exemple, l'édition de 2002 accueille 134 042 visiteurs. *Ibid*.

de nouer des contacts, d'établir des partenariats et de présenter leurs produits. Surtout, ils offrent l'occasion au public et aux joueurs de découvrir les prochaines nouveautés. De cette manière, ces expositions internationales de jeux vidéo se placent au même niveau que d'autres grands événements mondiaux comme les salons dédiés à l'automobile ou à la photographie (*Photokina* à Cologne par exemple). Elles adoptent un déroulement similaire, et leur rôle est également analogue. Celui-ci est essentiellement tourné vers des aspects commerciaux et de promotion (annonce et présentation des futurs produits de l'industrie). L'organisation de ces grandes foires internationales montre la structuration et le développement du secteur des jeux vidéo, qui affirme ainsi sa puissance économique et industrielle. De plus, nous pouvons y voir aussi son insertion dans le segment des industries culturels et de divertissements (cinéma, musique, électronique grand public). Il y a comme un phénomène de mimétisme, dans le sens où les jeux vidéo se fond dans un moule, en adoptant les mœurs et le fonctionnement des industries établies.

Nous remarquons que les passionnés sont très intéressés par l'aspect découverte des nouveautés et l'actualité de ces salons. Ainsi, ils sont friands des comptes-rendus de la presse spécialisée[2063]. Les magazines ont toujours porté un certain intérêt à ces expositions, à qui ils réservent généralement un nombre de pages conséquent. Par exemple, et pour prendre un cas extrême, le mensuel *Joypad* consacre dans son édition de juillet/août 2002, pas moins de 98 pages à l'*E3*[2064], sur les 178 pages que compte le magazine.

Pour la presse, elles sont un moyen d'obtenir de l'information, de réaliser des interviews, ainsi que de tester les prochains jeux et les futures machines ludiques. Il est à noter qu'avec le développement de la presse sur Internet, les joueurs ont même la possibilité, aux alentours des années 2002/2003, de suivre en direct[2065] (ou en quasi-direct) le déroulement des salons, notamment les conférences de l'*E3*. Outre leur avis et leur ressenti, les journalistes profitent également de l'occasion pour établir des bilans sur le marché des jeux vidéo, et les positions des diverses sociétés.

[2063] Au milieu des années 1980, les lecteurs de *Tilt* sont par exemple, respectivement 57% et 56% à apprécier les bilans du *CES* de Chicago et de Las Vegas. « Lecteur, qui es tu ? » dans *Tilt*, n° 27, décembre 1985, p. 18 col. 2.
[2064] « Spécial *E3* » dans *Joypad*, n° 121, juillet/août 2002, p. 46-144.
[2065] Les dispositifs pour suivre les salons sont mis en place par la presse en ligne étrangère, principalement par les sites américains. Soulignons que, pour des raisons techniques, il n'est pas toujours possible d'avoir accès au flux vidéo. Ainsi, de nombreux joueurs français suivent les débats au travers des forums de discussions.

b) Les salons français

En France, plusieurs événements font la part belle aux jeux vidéo, et nous trouvons une fois encore la distinction entre les expositions généralistes consacrées à l'informatique dans son ensemble et les salons dédiés aux jeux vidéo uniquement. Pour ce dernier cas, les premières manifestations sont organisées au début des années 1980[2066]. Ces festivals sont tous situés dans la capitale, et ils se tiennent dans les principaux lieux voués à ce type d'événements[2067]. Nous allons nous intéresser principalement aux expositions récurrentes et qui disposent d'une certaine réputation.

Cependant, il faut noter, durant notre période d'étude, le déroulement de différents événements liés de près ou de loin aux jeux vidéo. Ils ont le plus souvent une édition (sauf exception), et certains sont organisés par une marque autour de ses produits. Sans compter les salons réservés aux professionnels et qui ne sont pas forcement centrés sur les jeux vidéo[2068]. Par exemple, c'est le cas du *Salon du jouet* ou bien encore d'*Amusexpo* dédié aux machines automatiques (borde d'arcade, flipper, juke-box).

Nous pouvons aussi attester de quelques manifestations différentes qui s'éloignent des principes d'une simple foire d'exposition et de présentation des produits ludiques. C'est le cas des cérémonies de récompenses de jeux qui s'inspirent de celles pour la télévision (les *7 d'Or*) ou pour le cinéma (*Oscar*, *César*). Enfin, le début des années 2000 marque l'émergence d'événements culturels et scientifiques qui font du jeu vidéo un objet ou un thème d'analyse et de réflexion. Citons notamment la journée d'étude intitulée « Jeux vidéo : culture et patrimoine », organisée en novembre 2002 à la Bibliothèque Nationale de France.

[2066] L'un des tous premiers salons réservés exclusivement aux jeux vidéo organisé en France est programmé en décembre 1984 au Palais des Congrès de Paris. « *Tilt journal* : rentrée 84 : les grandes manœuvres » dans *Tilt*, n° 15, septembre 1984, p. 6 col. 1.

[2067] Parmi les principaux lieux récurrents, nous trouvons : Le Palais des Congrès, le CNIT à La Défense, L'Espace Champerret, Le Parc des expositions de la Porte de Versailles, et celui de Villepinte.

[2068] D'après nos recherches, et notamment en l'absence de mention dans la presse spécialisée, il semble qu'il n'existe pas de salons professionnels dédiés aux jeux vidéo, durant la période que nous étudions.

Un point sur les salons en Europe

Avant d'aborder les salons français, soulignons que l'Europe ne dispose pas, durant toute notre période d'étude, d'événements liés aux jeux vidéo ayant une renommé internationale. En effet, aucune exposition ne vient concurrencer sérieusement les salons américains et japonais[2069]. L'un des rendez-vous européens le plus important dédié à ce loisir est anglais, et il se nomme l'*European Computer Trade Show* (*ETCS*). Possédant un certain cachet au niveau continental, il est organisé pour la première fois à Londres en 1989[2070]. Réservé dans un premier temps uniquement aux professionnels, il a pour ambition de faire se rencontrer les partenaires européens, et bien entendu d'être le siège des présentations des nouveautés. Si cette exposition dispose dans ses premières années de bonnes critiques, dès la première moitié des années 1990 elle déçoit les journalistes français de la presse spécialisée. Son aura ne fait que diminuer au fur et à mesure des éditions, et surtout sa tenue se retrouve coincée entre l'*E3* américain et le *Tokyo Game Show* japonais. Au début des années 2000, l'*ECTS* n'intéresse plus les médias spécialisés[2071], ni les professionnels du secteur.

Globalement, en élargissant notre regard au secteur de l'électronique grand public, nous constatons que seuls les salons en Angleterre et en Allemagne (selon les époques et la nature du magazine pour ce pays) ont le droit à des couvertures médiatiques. L'importance des événements de ces deux pays peut s'expliquer par le fait qu'il s'agit de deux nations ayant un poids politique et économique conséquent au sein de la zone européenne, mais aussi sur les marchés concernés (jeux vidéo, informatique). Les expositions se déroulant dans les autres pays européens ne font pas l'objet de reportages peut-être parce qu'elles ne sont que des déclinaisons locales des grands salons (européens). Ainsi, nous pouvons penser qu'elles ne montrent aucune nouveauté, et surtout qu'elles ne sont pas le lieu d'annonces majeures de la part des industriels. Le manque d'information sur l'état du jeu vidéo

[2069] Exception faite de grands événements généralistes sur les nouvelles technologies comme le CEBIT de Hanovre, où il peut y avoir une place restreinte pour les jeux vidéo. Généralement, ce loisir est représenté par les ordinateurs ludiques à l'image de l'*Atari ST* ou de l'*Amiga*.
[2070] « Salons : du neuf en Angleterre » dans *Tilt*, n° 65 avril 1989, p. 24 col. 1.
[2071] En 2002, un journaliste du magazine *Joypad* indique que « personne ne voulait y aller » et que le salon est devenu en trois ans, une sorte de « vilain petit canard des événements jeux vidéo ». Rahan, « *ECTS* 2002 : chronique d'une mort annoncée » dans *Joypad*, n° 123 octobre 2002, p. 80 col. 2.

dans certains pays (pays de l'Europe du nord par exemple) doit être aussi considéré comme une raison de l'indifférence de la presse.

Les salons en France

La première grande exposition à laquelle se rattachent les jeux vidéo en France est le *SICOB* (Salon des Industries et du Commerce de Bureau). Ce salon apparaît en 1950[2072] et il se tient jusque dans les années 1990. Il s'agit de l'exposition la plus importante en France pour ce qui concerne l'informatique en entreprise[2073]. Si elle est réservée aux professionnels, néanmoins elle est accompagnée en parallèle du *SICOB boutique*, un espace consacré aux revendeurs, aux distributeurs et à la presse spécialisée[2074]. C'est précisément dans cette aire que sont présents les jeux vidéo. Bénéficiant d'une entrée gratuite[2075] (contrairement au salon qui lui est payant), le *SICOB boutique* attire de nombreux passionnés et connaît un succès croissant. Cependant, cette convention ne s'impose pas comme un rendez-vous majeur du jeu vidéo, car les organisateurs désirent garder son orientation professionnelle et ils limitent donc l'accès à tout ce qui concerne l'informatique dite de loisir[2076]. Cette attitude est dénoncée à plusieurs reprises par un magazine tel que *Tilt*[2077]. Celui-ci ne comprend pas cette mise au ban des divertissements informatiques, alors que cette catégorie draine dans le salon de nombreux passionnés, et qu'elle est connaît un certain essor dans la société[2078].

Aux côtés du *SICOB*, puis de son remplaçant lorsqu'il cesse d'être organisé, se trouvent divers festivals dont le point commun est de comporter plusieurs éditions, et surtout de réserver une place prépondérante à l'informatique familiale et aux jeux

[2072] Nieuwbourg (Philippe), « Cols blancs et temps modernes » dans *Sicob.tv*, 4 mars 2010, http://www.sicob.tv/Documentaire_r1.html
[2073] En termes de grandeur, le *SICOB* attire, par exemple en 1984, 874 exposants et occupe une surface totale de 89700 m². « *Tilt journal* : 1984 : objectif standard » dans *Tilt*, n° 16 octobre 1984, p. 8.
[2074] « *Tilt journal* : rentrée 84 : les grandes manœuvres » dans *Tilt*, n° 15, septembre 1984, p. 6 col. 1.
[2075] « *Tilt journal* : *SICOB* » dans *Tilt*, n° 7, septembre/octobre 1983, p. 10 col. 4.
[2076] Les limitations prennent la forme d'interdiction du salon au moins de 18 ans, ou bien encore par la disparition de l'informatique de loisir ou du *SICOB boutique*. Voir : Bovio (Dominique), « *Tilt journal* : 1986 : les micro-ordinateurs interdits au moins de 18 ans ? » dans *Tilt*, n° 32, juin 1986, p. 24 col. 1 ; Brisou (Matthieu), « *Tilt journal* : *SICOB* 88 : l'âge de raison » dans *Tilt*, n° 55, juin 1988, p. 8.
[2077] Une polémique naît même à la suite de déclarations du commissaire (et créateur) du salon Max Hermieu qui compare la jeunesse passionnée d'ordinateurs et de « microloisir » à des sauterelles. Blottière (Jean-Michel), « *Edito* » dans *Tilt*, n° 33, juillet/août 1986, p. 3 col. 1.
[2078] Les organisateurs du *SICOB* avancent que les exposants se plaignent du trop grand afflux de jeunes dans le salon, ce qui les empêcherait de travailler convenablement. *Ibid.*

vidéo. Ainsi, durant les années 1980, il faut mentionner *Micro Expo*[2079], *Le festival de la micro*, *Le salon de la micro*[2080] ou bien encore *Amstrad Expo*, dédié entièrement aux ordinateurs de cette marque.

A partir des années 1990, les manifestations dédiées aux jeux vidéo changent quelque peu de visage puisque les ordinateurs sont remplacés par les consoles de jeux comme principale attraction des salons. Cette tendance résulte, d'une part, de l'intérêt des joueurs pour ces machines ludiques d'origine japonaise qui viennent d'être réintroduite dans l'hexagone. D'autre part, elle est aussi la conséquence de leur poids économique et des nouvelles orientations du marché français. Entre 1991 et 1996, la manifestation le plus notable autour des jeux vidéo en France se nomme *Supergames Show*[2081]. Vouée à la fois aux jeux vidéo et aux loisirs liés au multimédia, ce salon a pour principale cible les fanatiques. Tous les grands noms de l'industrie sont présents, des éditeurs de jeux aux constructeurs de machine, en passant par les différents magazines de la presse spécialisée.

Après la disparition de cet événement, il n'y a plus de conventions d'envergure dédiées aux jeux vidéo en France, alors que marché français des jeux vidéo se développe. Quelques manifestations émergent néanmoins comme le *Micromania Game Show*, un salon organisé par la chaîne de magasins Micromania et réservé uniquement à ses clients[2082]. Ainsi, à la fin de notre période d'étude, le jeu vidéo ne dispose pas d'exposition de référence ou récurrente. Toutefois, nous constatons que ce loisir s'immisce de plus en plus dans les conventions dédiées à la culture japonaise (animation japonaise et *manga*)[2083]. Ce rapprochement n'est pas surprenant dans la mesure où, comme nous l'avons expliqué dans notre première partie, ces univers sont liés[2084]. Outre leur origine japonaise commune, ils réunissent des passionnés qui s'intéressent à ces deux mondes. C'est aussi une façon de

[2079] Apparue durant la seconde moitié des années 1970, *Micro Expo* disparaît en 1985. Téné (David), « Tout petit le salon » dans *Tilt*, n° 96, décembre 1991, p. 26 col. 1.
[2080] Ce salon est issu du *Festival de la micro*. Brisou (Mathieu), « *Tilt journal* : *Salon de la micro* : un bon début » dans *Tilt*, n° 73, décembre 1989, p. 26 col. 1.
[2081] En 1995 et 1996, le salon change de nom pour *Multimedia world show*. L'édition de 1997 est annulée en raison de la défection et du désintérêt des éditeurs de jeux. « Plus de *Supergames* » dans *Joypad*, n° 70, décembre 1997, p. 54 col. 1.
[2082] Le *Micromania Game Show* apparaît en 1999.
[2083] Notons que l'inverse est aussi vrai avec la présence de produits issue de l'animation japonaise et du *manga* (*manga*, casette vidéo ou DVD, carte à collectionner) dans certains événements de jeux vidéo.
[2084] Voir p. 43.

proposer des activités annexes liées à un loisir populaire dans ces milieux de la jeunesse.

Affluence des expositions

Tableau 3.6: Salons spécialisés dans les jeux vidéo

	Festival de la micro	Salon de la micro	Amstrad Expo	Super Games Show	Micromania Game Show
1986			20 000		
1987	20 000				
1988					
1989					
1990		15 214			
1991				40 000	
1992					
1993				78 000	
1994					
1995					
1996					
1997					
1998					
1999					10 000

L'affluence des expositions dédiées aux jeux vidéo est difficilement mesurable car les chiffres ne sont pas toujours publiés dans la presse. De ce fait, notre étude n'est que partielle, surtout que les différents salons, comme nous l'avons dit, n'ont pas de continuité. Sur le tableau ci-dessus, nous pouvons voir que durant les années 1980, les quelques manifestations liées à l'informatique de loisir réunissent entre 15 000 et 20 000 visiteurs. Les résultats du *Super Games Show*, davantage centré sur les consoles, montrent une augmentation de la fréquentation. Nous pensons qu'elle est liée à la fois à une démocratisation des jeux parmi les loisirs de la jeunesse, et à l'établissement de ce salon pour quelques éditions, dans la vie des joueurs. Le chiffre du salon de Micromania ne concerne uniquement que les clients de ce magasin.

Tableau 3.7: Manifestations consacrées aux *manga* et à l'animation japonaise

	Cartoonist	Japan Expo
1993	1500	
1999		3200
2000	22 000	8000
2001	45 000	12 000
2002		21 000
2003		29 000
2004		41 000

Tableau 3.8: Affluence du salon du livre et du salon du chocolat

	Salon du livre	Salon du chocolat
1981	117 000	
1982		
1983		
1984	159 061	
1985	174 764	
1986	182 365	
1987	209 254	
1988	201 952	
1989	137 432	
1990	136 046	
1991	147 830	
1992	153 656	
1993	150 113	
1994	175 000	
1995	181 141	
1996	201 101	57 000
1997	210 000	
1998	220 600	
1999	223 000	
2000	241 000	80 000
2001	235 000	100 000
2002	219 000	90 000
2003	185 000	
2004	185 000	120 000

En comparant avec d'autres types de manifestations, nous pouvons constater que les affluences des salons de jeux vidéo sont proches de ceux dédiés aux *manga* et à l'animation japonaise. L'augmentation des chiffres de ce type d'événements tient essentiellement à leur pérennité et à leur renommé auprès du public concerné. Cependant, des salons comme ceux du livre ou du chocolat apparaissent comme

beaucoup plus grand public, arrivant à drainer une affluence plus grande. En outre, l'organisation des secteurs concernés est aussi une des raisons de cette affluence (promotion plus importante par exemple).

Néanmoins, il est intéressant de regarder au-delà de notre période d'étude car certaines manifestations deviennent récurrentes et surtout les professionnels du jeu vidéo commencent à organiser leur salon.

Tableau 3.9: Affluence de *Japan Expo* de 2006 à 2012

2006	56 000
2007	80 727
2008	134 467
2009	165 501
2010	173 680
2011	192 000
2012	208 000

Tableau 3.10: Affluence *Paris Game Week* entre 2010 et 2011

2010	120 000
2011	180 000

Tableau 3.11: Affluence *Salon du livre* de 2006 à 2012

2006	174 000
2007	180 200
2008	165 300
2009	198 150
2010	190 000
2011	180 000

Durant la période 2006 – 2012, *Japan Expo* est la principale convention liée à l'animation japonais et aux *manga*, mais aussi aux jeux vidéo, qui y tiennent une place de plus en plus croissante. Quant au *Paris Game Week*, il s'agit d'un événement voulu par les professionnels du secteur. Nous pouvons relever que les affluences augmentent par rapport à la période que nous étudions. Les chiffres atteignent un niveau du même ordre que ceux du *Salon du livre* (principalement à

partir de 2010). Selon nous, c'est l'adition entre l'organisation des professionnels pour la promotion de leur industrie via un salon, et la pérennité des événements qui permet d'attirer le public, mais aussi d'augmenter au fur et à mesure l'affluence. Surtout, ces chiffres montrent un développement et une implantation durable de ces types de loisirs dans la société.

Conclusion : des événements réservés surtout aux joueurs fanatiques

Durant notre période d'étude, nous constatons qu'il y a de nombreux événements consacrés aux jeux vidéo en France. Organisés à l'attention du public, ils attirent principalement de jeunes passionnés. Ils sont pratiquement tous basés sur le même principe, c'est-à-dire celui d'une exposition où se déroulent des démonstrations de différents jeux et autres machines ludiques. Néanmoins, contrairement à l'*E3* ou au *Tokyo Game Show*, aucune manifestation française n'est le théâtre d'annonces surprises ou de présentations en première mondiale de nouveaux jeux ou de nouvelles consoles. Les diverses exhibitions ont avant tout un caractère national, et les avant-premières potentielles le sont uniquement pour le marché et les joueurs français[2085]. Le public se rend dans ces conventions pour découvrir les produits ludiques, et voir les jeux autrement que par l'intermédiaire de la presse, mais aussi pour sortir entre amis, rencontrer des professionnels (notamment les journalistes), parler et échanger autour d'une passion commune. Toutefois, remarquons qu'aucune des manifestations françaises ne s'affirment comme une référence sur la durée, ainsi que sur un plan aussi bien nationale qu'européen.

Nous pensons que plusieurs facteurs sont à prendre en compte pour expliquer cette difficulté du secteur des jeux vidéo à imposer ses événements dans l'hexagone. Tout d'abord, durant les années 1980, il y a un antagonisme entre l'informatique dite sérieuse (professionnelle) et celle de loisir. Cette opposition empêche les jeux vidéo de s'ancrer dans des manifestations déjà établies comme le SICOB. Ensuite, on note que de nombreux événements ont une taille réduite et surtout qu'ils sont organisés

[2085] Toutefois, durant les années 1980 et surtout la période de domination des ordinateurs 16 bits sur le marché des jeux vidéo, il n'est pas exclut que des studios et des éditeurs français (très actifs sur cette plate-forme de jeux) aient pu présenter des nouveautés en avant-première dans des salons hexagonaux.

en même temps[2086]. Par exemple, *Tilt* fait état en 1991 de trois salons liés à l'informatique de loisir en à peine un mois et demi (et se déroulant tous dans la région parisienne)[2087]. Cette multiplication des salons ne favorise pas leur développement et leur établissement comme événement incontournable. Elle brouille la vision du public qui a du mal à faire son choix, et surtout celui-ci ne peut pas se rendre à tous ces rendez-vous consacrés aux jeux vidéo. Surtout qu'aucun ne se démarque vraiment des autres car ils proposent tous à peu près le même contenu. Enfin, il apparaît que le soutien des professionnels du secteur est un élément essentiel. Or, il n'est jamais réellement garanti et lorsque les éditeurs et les constructeurs font défauts, l'exposition prévue n'est plus possible[2088]. Nous pouvons également noter que les syndicats professionnels qui se constituent à la fin de notre période d'étude, ne semblent pas encore être à l'initiative de salons, ni jouer de rôle moteur dans l'établissement d'une exposition récurrente.

En somme, nous pouvons nous demander si l'absence d'une grande manifestation autour des jeux vidéo ne résulte pas, tout simplement, de la jeunesse et du manque d'organisation du secteur en France. Ces deux éléments peuvent expliquer l'anarchie de la création des événements, mais aussi les réticences des professionnels à y participer, ou les échecs des organisateurs à obtenir leur soutien. Cependant, il faut remarquer à la vue des chiffres de fréquentation que la demande du public existe et qu'elle est même latente. La communauté des joueurs se déplace pour les jeux vidéo et elle adhère, dès le début des années 1980, à ce genre de salon.

[2086] Nous pensons que le succès et la montée des loisirs numériques dans la société est à l'origine de la pléthore de salons autour des jeux vidéo. Ce foisonnement peut traduire une euphorie pour ce secteur et l'envie de certains d'être des pionniers (par exemple être les premiers à investir dans une industrie d'avenir, participer au développement et à la promotion des jeux vidéo).
[2087] « *Tilt journal* : un salon de plus » dans *Tilt*, n° 86, janvier 1991, p. 28 col. 1.
[2088] C'est ce qui arrive par exemple aux *Supergame Show*, mais aussi à un projet de salon prévu à Paris Expo à la fin de 2002, mais qui est annulé faute d'avoir pu rassembler suffisamment d'exposants. Gollum, « *Business Pad* » dans *Joypad*, n° 124, novembre 2002, p. 78 col. 3.

2) Les compétitions autour des jeux vidéo

a) Les différents types de compétitions

Les compétitions organisées autour des jeux vidéo sont, au même titre que les manifestations et certains éléments de la presse spécialisée, des facteurs qui permettent de solliciter les joueurs, et de les faire participer à l'univers de ce loisir.

Les concours de programmation

Nous observons plusieurs types de compétitions, et avant d'aborder les principales, mentionnons tout d'abord, un genre de concours qui n'est pas directement lié aux jeux vidéo, mais qui connaît une certaine vogue à la fin des années 1970 et durant les années 1980. Il s'agit des concours de programmation, récompensant les meilleurs logiciels conçus par les particuliers, et organisés le plus souvent par les magazines spécialisés[2089]. Ils permettent aux usagers de se familiariser, de pratiquer et d'utiliser les langages de programmation, mais aussi d'apporter à la communauté des nouveaux programmes (les meilleurs sont publiés). Si des utilitaires en tous genres sont réalisés, des jeux (plutôt simples) sont bien entendus programmés[2090]. Toutefois, ils disparaissent peu à peu, à mesure que la programmation cesse d'être une activité majeure (et grand public) des possesseurs d'ordinateurs.

Les confrontations entre joueurs se déroulant durant les salons de jeux vidéo

La principale forme de compétition s'articule autour de tournois et de concours de jeux vidéo, où les confrontations entre les joueurs se déroulent sur des logiciels ludiques. Premièrement durant les années 1980, nous notons qu'en marge des grandes manifestations où interviennent les jeux vidéo, des tournois sont organisés

[2089] Certains de ces concours sont organisés par des entreprises afin de découvrir de nouveaux talents (et aussi obtenir des programmes). Par exemple, en 1985, Matra lance un concours de logiciels (jeux, utilitaires) sur les ordinateurs *Alice*, doté principalement de trois prix de 50 000 francs (7622 euros), 40 000 francs (6098 euros) et 30 000 francs (4573 euros). En outre, l'annonce indique que la société cherche cinq cents français, sans préciser cependant s'il s'agit d'offre d'emplois. « *Tilt journal* : sur orbite » dans *Tilt*, n° 20, avril 1985, p. 12 col. 2.
[2090] Le magazine *Hebdogiciel* organise deux concours permanent de création de logiciels, qui récompensent le meilleur titre du mois avec un prix de 10 000 francs (1524 euros), et le meilleur programme du trimestre, avec un voyage en Californie. « Deux supers concours permanents » dans *Hebdogiciel*, n° 20, 24 février 1984, p. 13.

pour agrémenter les événements. Ainsi, en fin d'année 1982, une compétition se déroule au Salon de l'enfance, organisée par Atari, *Tilt* et le magazine *Télé Poche*. Nommée *Atariathlon*, elle se déroule sur plusieurs jeux et le principe pour se qualifier et triompher des concurrents est de réaliser le meilleur score possible[2091]. De même, le salon *Micro Expo* dispose d'un tournoi crée là encore par Atari, qui change de nature en 1983, puisque d'une grande compétition à vocation internationale, celle-ci devient un championnat de France des jeux vidéo[2092]. Soulignons que durant notre période d'étude, plusieurs événements revêtent le caractère de « championnat de France ». Par exemple, en 1992, un championnat de France de jeux vidéo se déroule au *Supergames Show*[2093]. Toutefois, il semble qu'ils ne possèdent aucun rapport entre eux. Il ne s'agit donc pas du même événement, revenant chaque année, mais de tournois organisés dans différentes manifestations.

L'initiative la plus marquante, et celle qui vise à établir une compétition durable et importante, est engagée par la revue *Tilt*, à la fin des années 1980. Se voulant un championnat européen de jeux vidéo, elle est mise en place en 1989 en collaboration avec plusieurs magazines de jeux vidéo européens. Le principe est de faire s'affronter plusieurs équipes nationales. Le tournoi comporte ainsi deux parties, avec dans un premier temps, la constitution de l'équipe nationale (donc une équipe de France) formée de cinq joueurs, puis dans un second temps, l'affrontement entre les équipes européennes. Cet événement connaît deux éditions, et il est indissociable de la convention le *Salon de la Micro*. Notons que le premier championnat se déroule entièrement lors de ce salon (première et seconde phrases)[2094], tandis que pour le second, les qualifications pour l'équipe de France démarrent au préalable en collaboration avec l'hypermarché Auchan[2095].

[2091] Le tournoi comporte six poules et les candidats s'affrontent sur trois épreuves, qui prennent la forme de joutes sur trois jeux (deux sont imposés, le troisième est considéré comme un joker). Une sélection de douze joueurs s'opère dans un premier temps pour déterminer les trois finalistes. Le premier prix est un ordinateur Atari et une médaille d'or. Les autres récompenses sont un livre sur *Pac Man* et des abonnements à *Tilt*. « *Tilt journal* : Atariathlon » dans *Tilt*, n° 2, novembre/décembre 1982, p. 10 col. 4.

[2092] « *Tilt journal* : championatari » dans *Tilt*, n° 5, mai/juin 1983, p. 12 col. 2.

[2093] Defrance (Laurent), Téné (David), « *Supergames Show* : dépassé par le succès » dans *Tilt*, n°108, décembre 1992, p. 45 col. 2.

[2094] Les postulants à l'équipe de France doivent jouer à cinq jeux et battre les scores réalisés par les journalistes de *Tilt*. Les meilleurs joueurs sélectionnés sont ceux qui réussissent les plus hauts scores et les temps les moins élevés à un jeu de course. De par ce fait, les heureux élus remportent quelques cadeaux dont 1000 francs/152 euros (5000 francs/762 euros en tout pour les cinq). La finale européenne voit s'affronter la France, l'Espagne et la Grande-Bretagne. Cette dernière remporte le tournoi et son prix de 15000 francs (2287 euros). Un français obtient le titre de meilleur joueur européen et gagne ainsi 2500 francs (381 euros). Voir : Brisou (Mathieu), « *Tilt*

Des tournois organisés par les firmes autour de leurs jeux

Secondement, aux côtés de ces tournois liés à un salon, il existe une multitude d'autres compétitions, plus ou moins importantes. Dans la première moitié des années 1980, la firme Atari organise (apparemment chaque année) de grandes compétitions mondiales autour de ces jeux phares ce qui occasionnent des sélections françaises[2096]. Par la suite, et notamment à partir des années 1990, les compétitions ont de moins en moins d'envergure, et surtout elles ne sont plus si systématiques. Seuls certains titres ludiques ont les honneurs de championnats organisés par les constructeurs ou les éditeurs. De plus, on remarque qu'il y a de moins en moins de tournois où le but est de réaliser les meilleurs scores, et de plus en plus de compétitions où les joueurs s'affrontent entre eux. Par exemple, le jeu de football *Kick Off* fait l'objet d'un tournoi réunissant trente-deux joueurs[2097]. De même, la sortie du jeu de combat *Tekken 3* est l'occasion pour l'éditeur du titre Namco et Sony[2098] d'organiser une joute numérique[2099].

---

journal : l'Europe des jeux : *Tilt* et les autres… » dans *Tilt*, n° 68, juillet/août 1989, p. 34 col. 1. ; « *Tilt journal* : *European Championship* : ils ont gagné » dans *Tilt*, n° 74, janvier 1990, p. 24 – 26.

[2095] Une première sélection a lieu dans les différents magasins de l'enseigne. Elle permet de choisir des joueurs pour des finales régionales (quatre grandes régions sont instituées) dont le but est de constituer une équipe de cinq personnes. Les sélectionnés remportent 1000 francs (152 euros). La suite se déroule lors du *Salon de la Micro* avec la finale française, dont les prix s'échelonnent pour les sélectionnés en équipe de France, de 500 francs (76 euros) à 10 000 francs (1524 euros). La finale européenne ne se compose que de l'Espagne, et de la France qui remporte l'épreuve. Les gains des vainqueurs français se montent alors pour deux d'entre eux, à 12000 francs et 9500 francs (cependant, il n'y a aucune précision sur ces gains. Nous ne savons donc pas si les chiffres annoncés sont un cumul des gains obtenus ou s'il s'agit de primes aux vainqueurs). Voir : « *Tilt journal* : EVCS : serez-vous champion d'Europe 90 ? » dans *Tilt*, n° 76, mars 1990, p. 44 ; Brisou (Mathieu), « *Tilt journal* : France 1, Espagne 0 » dans *Tilt*, n° 86, janvier 1991, p. 30 col. 2 et 3.

[2096] En 1982, le tournoi se joue sur le jeu *Pac Man*. Les sélections se déroulent dans les foires, les grands magasins et les vendeurs de cassettes vidéo. Elles réunissent 50 000 personnes en tout, qui se battent pour avoir des cadeaux, mais aussi une des soixante places de la finale française. Les gagnants de cette finale se qualifient pour la compétition mondiale (organisée à Paris), mais aussi ils remportent une médaille et un ordinateur Atari. Il est à noter que les gagnants mondiaux remportent un voyage de leur choix. L'année suivante, la compétition tourne autour du jeu *Centipede*. Les qualifications françaises réunissent encore une fois plus de 50 000 joueurs, qui s'affrontent pour être parmi les treize finalistes. La compétition se déroule devant 1500 personnes. Le vainqueur repart avec une console et une place pour concourir au niveau mondial (le grand prix étant un voyage aux Jeux Olympiques de Los Angeles, et un ordinateur Atari). Voir : « *Tilt journal* : champions » dans *Tilt*, n° 2, novembre/décembre 1982, p. 12. ; « *Tilt journal* : champion : championnat Atari » dans *Tilt*, n° 8, novembre/décembre 1983, p. 8 col. 1et 2.

[2097] Cette compétition de football virtuelle se fait en partenariat avec *Tilt*, la chaîne de télévision *France 3*, Commodore et l'enseigne FNAC. Les matchs durent dix minutes, et le gagnant remporte, entre autre, un ordinateur *Amiga 500*. Voir : « Publicité Coupe de France de football sur micro-ordinateur » dans *Tilt*, n° 75, février 1990, p. 63. ; Renault (Jean-Loup), « *Tilt journal* : Titus cartonne » dans *Tilt*, n° 76, mars 1990, p. 42 col. 1 et 2.

[2098] Notons que Sony organise plusieurs concours autour de ses jeux durant cette période (fin de la décennie 1990). *Tekken 3* est ainsi le troisième tournoi après des compétitions sur les jeux *Porche Challenge* et *Gran Turismo*. « Concours *Tekken 3* : la finale française » dans *Joypad*, n° 83, février 1999, p. 60 col. 2.

Des compétitions basées sur les performances à domicile

Enfin, un troisième type de compétitions s'offre aux joueurs, basé sur les performances qu'ils réalisent chez eux. Organisées principalement par la presse spécialisée, soit de façon récurrente (rubrique dédiée), soit de manière ponctuelle, elles se fondent sur les scores ou les temps réalisés « contre la montre » obtenus dans les jeux. Selon nous, ce genre de concours se révèle plus simple d'accès qu'un tournoi dédié à ce loisir, et il offre la possibilité à un plus grand nombre de joueurs de participer.

Conclusion : un type d'événement qui perd de son importance

Des concours et des tournois de jeux vidéo sont organisés tout au long de notre période d'étude. Pouvant avoir une dimension nationale ou internationale, ils sont le fait des constructeurs, des éditeurs, mais aussi de médias (presse spécialisée, radio) ou même de boutiques spécialisées. Leur tenue permet d'agrémenter une manifestation (salon informatique, de jeux vidéo), ainsi que d'apporter une publicité aux titres concernés, à son éditeur ou au constructeur de la machine qui autorise son fonctionnement. De plus, ils offrent aux joueurs la possibilité d'être des acteurs du jeu vidéo, autrement que par des aspects économiques (achats/ventes). Les compétitions se déroulent selon le principe du meilleur score, du meilleur temps, ou de l'affrontement direct entre joueurs (jeux de sport, de combat). Leur dotation est généralement relativement importante (argent, voyage).

Cependant, alors que durant les années 1980 et les premières années de la décennie 1990, les tournois de jeux vidéo connaissent un intérêt certain en France, leur importance diminue au fur et à mesure de la période étudiée, au point de devenir insignifiant, durant la seconde moitié des années 1990. En effet, ils ne font plus l'objet de reportages conséquents dans la presse spécialisée[2100], et le côté international, voire national, tend à disparaître. De plus, comme pour les manifestations dédiées aux jeux vidéo, le paysage « vidéoludique » français ne

[2099] La finale de la compétition se déroule à Marseille et elle réunit seize participants (dont une joueuse). Le premier prix est une moto de marque *Harley Davidson* d'une valeur de 18293 euros, ainsi qu'une place pour la finale mondiale qui se déroule à Londres. *Ibid.*

[2100] Le plus souvent, ils sont évoqués (plus ou moins succinctement) dans les actualités des magazines.

dispose pas de compétitions récurrentes, de championnat de France reconnus, capables de faire autorité et unanimité chez les joueurs et les acteurs de l'industrie.

Nous constatons donc un certain désintérêt généralisé pour ce type de manifestations que l'on peut expliquer, premièrement par le désengagement des professionnels du secteur. Les constructeurs de machines ludiques et les éditeurs de jeux sont les principaux commanditaires et soutiens de l'organisation des joutes « vidéoludiques ». Or, les tournois cessent d'être un rouage important de leur politique commerciale. Ils changent leurs orientations et ils privilégient d'autres moyens pour communiquer auprès du public, pour faire leur publicité et faire connaître leurs produits ludiques. Ce désintérêt entraîne celui d'autres acteurs comme les medias (presse spécialisée, généraliste, radio, télévision) ou les organisateurs des expositions, qui ne prennent pas le relaie pour créer de nouveaux événements ayant un retentissement national.

Secondement, en ce qui concerne les joueurs, nous pensons que leur désaffection provient du manque d'informations sur la tenue des tournois et des modalités de participation. Dans une moindre mesure, les récompenses offertes sont susceptibles de ne pas plaire, d'être perçues comme inintéressantes et donc de ne pas provoquer le désir de participer aux concours. Nous pouvons aussi émettre l'hypothèse d'un changement de comportement. A partir des années 1990, il y aurait un repli des joueurs vers la sphère privée. Cette inclination serait la conséquence du développement de l'offre de jeux vidéo et surtout de l'augmentation de l'équipement des ménages. Ainsi, les joueurs n'auraient plus besoin de participer aux tournois (ou de se rendre dans les salles de jeux) pour assouvir leur passion ou leur besoin de compétition puisqu'ils peuvent jouer chez eux, chez des amis, et même organiser leur propre concours. En outre, elle correspondrait pour le jeu vidéo à la tendance générale qui voit, durant la période étudiée, l'espace domestique devenir une aire de plus en plus vouée aux divertissements, et notamment aux loisirs audiovisuels[2101]. Ajoutons que le domaine des compétitions de jeux vidéo n'est pas le seul touché puisque ce phénomène se produit aussi, et au même moment, avec les jeux et les salles d'arcade[2102]. Les joueurs privilégieraient le jeu à domicile, seul ou avec leurs

[2101] Voir p. 24.
[2102] Voir p. 81.

connaissances, à la fois par simplicité, par un souci de convivialité, mais peut-être aussi parce que c'est un lieu connu et sécurisant.

Cette baisse d'intérêt pour les compétitions peut également montrer que les jeux vidéo sont semblables aux jeux de sociétés. Ils sont des jeux « de la maison », du privé, du quotidien. Par exemple, nous pouvons rapprocher la pratique des jeux vidéo avec celle des échecs. Ces derniers sont joués dans la sphère privée mais ils possèdent aussi une dimension sportive avec leurs champions et des tournois internationaux. Nous estimons que les jeux vidéo entrent dans une sorte de processus de rationalisation où l'essentiel de la pratique se fait chez soi, pour le plaisir et en « amateur », tout en développant une frange sportive plus restreinte et spécialisée.

D'ailleurs, il nous semble que le caractère grand public des concours s'estompe peu à peu. Ils deviennent davantage élitiste ce qui dissuade le plus grand nombre d'y participer et pousse le public à s'en désintéresser. De plus en plus, les compétitions de jeux vidéo se transforment en un secteur dédié aux joueurs fanatiques. Cette évolution mène à l'émergence du « sport électronique » et de joueurs « professionnels ». Au début des années 2000, ce nouveau domaine se démocratise, et il apporte un regain d'intérêt médiatique pour les tournois de jeux vidéo.

b) Le développement du « sport électronique »

Le « sport électronique »[2103] est un terme générique qui désigne une manière sportive, et dans certains cas professionnelle, de pratiquer les jeux vidéo. Il implique une dimension de spectacle, et la volonté de faire des compétitions de jeux vidéo des événements de divertissements, comme peuvent l'être les rencontres sportives et leur retransmission à la télévision[2104]. Son émergence date du début des années 1980 aux Etats-Unis et, comme nous l'avons indiqué précédemment, son développement en France a lieu principalement au début des années 2000. Notons que durant notre période d'étude, le début des années 1980 et la fin des années 1990/début de l'an 2000, sont deux périodes particulièrement propices au niveau de l'organisation de telles compétitions.

Les genres de jeux vidéo concernés par les compétitions

Tous les jeux vidéo ne sont pas concernés par cette mise en spectacle de ce loisir. En effet, seuls les jeux d'actions, de sports, certains jeux de réflexion et de stratégie, et ceux centrés sur les scores sont utilisés durant les compétitions. Pour les machines ludiques, les systèmes utilisés sont les arcades, les consoles et les ordinateurs. Cependant, suivant les époques, on note une prédominance de certains jeux et systèmes ludiques. Ainsi, au début des années 1980, les machines d'arcade et les consoles de jeux sont principalement utilisées. Les logiciels qui servent aux joutes entre joueurs sont des jeux à score tels que *Pac-Man* ou *Space Invaders*. A la fin de notre période d'étude, les consoles et surtout l'ordinateur *PC* sont les supports privilégiés des compétitions. Les genres de jeux employés sont presque tous des genres qui se sont développés sur ordinateur, et qui connaissent notamment un succès comme jeux en réseau. Nous pouvons citer les catégories des jeux de tir à la première personne, et des jeux de stratégie en temps réel. A ceux-ci, il faut ajouter

[2103] On parle également de *e-sport* (*electronic sport*). Il existe aussi d'autres termes (tous anglo-saxons) pour nommer cette pratique du jeu vidéo, dont l'un des plus utilisé est sans doute *pro-gaming* (ainsi que son dérivé *pro-gamer* qui désigne les joueurs professionnels).

[2104] Ce genre de compétitions reprend d'ailleurs des éléments appartenant au folklore (et au protocole) de la représentation du sport à la télévision, comme les commentaires des rencontres durant les matchs, des écrans géants, ou bien encore les remises de prix avec podium, coupes, et hymnes nationaux. En outre, elles comportent des catégories d'épreuves et de participants.

des jeux de course (automobile), de sports (principalement le football), ainsi que les jeux de combats.

Les premiers signes du « sport électronique »

Pour ce qui est des compétitions, nous pouvons tout d'abord rattacher le « sport électronique » aux grands tournois organisés au début des années 1980 par les constructeurs de consoles comme Atari. Si le côté professionnel n'est peut être pas très présent (hors organisation), notamment en ce qui concerne les participants, en revanche le côté sportif est déjà bien affirmé, sans compter la dimension internationale que revêtent ces manifestations. En plus des constructeurs, nous avons vu que les organisateurs des concours sont généralement les éditeurs de jeux, et parfois les médias. Il y a aussi les salles d'arcade, particulièrement au Japon[2105]. Si la plupart du temps la participation est gratuite, à de très rare exceptions près, il arrive que des tournois possèdent un droit d'entrée payant, ce qui peut donner l'illusion d'une professionnalisation de ce genre d'événements. C'est par exemple le cas du premier tournoi national et officiel *Street Fighter 2* en France, dont la participation est fixée à 250 francs (38 euros)[2106].

Signalons également une initiative française qui vise à établir dans l'hexagone des tournois encadrés par une organisation officielle. En décembre 1992, apparaît une Fédération française de jeux vidéo et jeux interactifs[2107]. A la base, cette entité est créée pour promouvoir les jeux vidéo en organisant des tournois nationaux, et en fédérant les amateurs de ce loisir, à la manière de ce qui se passe dans des sports comme le football ou le rugby. Néanmoins, l'entreprise se révèle rapidement frauduleuse. En effet, premièrement cette fédération arrive de nulle part, et aucun de

[2105] Durant les années 1990, de nombreuses salles d'arcade japonaises organisent des tournois autour des jeux de combats à la mode avec, à la clef, le classement des meilleurs joueurs (affiché dans la salle, des cadeaux, et parfois une reconnaissance officielle de la part de l'éditeur du jeu). Ces tournois peuvent avoir un écho au niveau du quartier d'une ville, mais aussi parfois à un échelon régional. Banana san, « L'arcade au Japon » dans *Jeuxvideo.com*, 21 mars 2008, p. 2. http://www.jeuxvideo.com/dossiers/00008790/l-arcade-au-japon-a-la-base-de-ce-succes-les-gesen-002.htm

[2106] Soulignons que les prix promis aux vainqueurs sont importants. Le premier prix est ainsi un voyage pour deux personnes, de deux semaines dans un pays représenté dans le jeu *Super Street Fighter 2*, ainsi que 200 000 francs (30490 euros). Parmi les autres lots (hors somme d'argent), notons une borne d'arcade ou un flipper, des cartes *Jamma* de *Super Street Fighter 2*, un scooter, un ordinateur *PC*, ou bien encore des consoles *3DO* pour les vainqueurs de chaque catégorie du tournoi. « *Publicité* : 1er tournoi national officiel Capcom *Street Fighter 2* » dans *Joypad*, n° 28, février 1994, p. 2.

[2107] Mic Dax, « FFJV : la fédé mal aimée » dans *Joypad*, n° 25, novembre 1993, p. 58 col. 1.

ses dirigeants n'est connu dans le milieu français des jeux vidéo. Surtout, ils se montrent ignorants de ce secteur, de ses mœurs et de son fonctionnement[2108]. De plus, aucun acteur de l'industrie ne soutient l'initiative. Secondement, la fédération se targue de partenariats qui n'existent pas et sa politique d'adhésion se montre incohérente[2109]. En outre, les tournois régionaux sont organisés de manière discrète[2110]. La presse spécialisée fait à plusieurs reprises état de ses suspicions sur l'entreprise et les motivations de ses responsables. Au final, les dirigeants sont écroués en décembre 1994[2111].

La constitution de circuits professionnels

Ce n'est qu'à la fin des années 1990, que le jeu vidéo se dote de circuits professionnels de classe mondiale[2112], afin d'encadrer et de donner aux compétitions, une certaine consistance et une légitimité auprès des joueurs et des industriels. C'est véritablement à partir de ce moment là que se façonne petit à petit le professionnalisme de cette discipline. Parmi les différents circuits, nous pouvons citer les tournois de l'association *Cyberathlete Professional League* crée aux Etats-Unis en 1997[2113], ou bien encore ceux de la *World Cyber Games*, une organisation coréenne apparue en 2000 et qui s'inspire des Jeux Olympiques[2114]. La France compte aussi une entreprise qui se dédie à l'organisation de tels événements. En effet, la société Liguarena, spécialisée dans l'organisation de *lan party*[2115], décide en

[2108] *Ibid.* col. 2 et 3.
[2109] Dans un premier temps, la cotisation est fixée à 250 francs (38 euros) dont 150 francs (23 euros) pour le championnat et 100 francs (15 euros) pour l'adhésion à la fédération. Or, dans les statuts de l'institution, l'adhésion est indiquée à 50 francs (8 euros). Dans un second temps, en juillet 1993, la fédération change de politique, et elle ne demande plus que 100 francs dans le cadre d'une cotisation annuelle (elle s'engage à rembourser les 150 francs perçus en trop des premiers adhérents). Toutefois, les tournois régionaux organisés sont ouverts à tous et ils sont gratuits. Seuls les gagnants sont invités à s'inscrire à la fédération en vue de la finale prévue à Paris. *Ibid.* col. 3 et 4.
[2110] Précisons qu'ils sont organisés sur des parkings de supermarché.
[2111] « *News* : le dirigeant de la fédération française de jeu vidéo écroué à Paris » dans *Consoles* +, n° 38, décembre 1994, p. 66 col. 2.
[2112] Les différents tournois organisés par ces circuits professionnels se déroulent sur la plupart des continents.
[2113] Roustan (Mélanie, sous la direction de), *La pratique du jeu vidéo : réalité ou virtualité ?*, L'Harmattan, 2003, 224 p. ; p. 135.
[2114] L'entreprise coréenne Samsung est à l'initiative des *World Cyber Games* dont la finale du premier championnat mondial se tient en décembre 2001 à Séoul. 400 joueurs venus de 37 pays différents se retrouvent pour cinq jours de compétitions. Samsung dépense 10 millions d'euros pour l'organisation de la manifestation, qui est également soutenu par le gouvernement coréen. Les gagnants se sont partagés 300 000 dollars, dont 20 000 dollars pour celui qui remporte la médaille d'or. Croitoriu (Michaël), Pasamonik (Didier), *Les jeux vidéo expliqués aux parents*, Paris, Editions Marabout, 2002, 160 p. ; p. 81.
[2115] Voir lexique p. 8.

2003 d'établir une compétition mondiale de jeux vidéo[2116]. Nommée *Electronic Sports World Cup* ou *Coupe du Monde des jeux vidéo*, la première édition du tournoi, qui se veut orienter vers le spectacle, se déroule en 2003 au Futuroscope de Poitiers. Ces tournois peuvent être joués en équipe ou bien individuellement, et ils comportent plusieurs catégories, dont certaines sont spécialement dédiées aux joueuses. En plus de ces événements, il faut noter que le début du 21e siècle voit aussi le développement des compétitions par Internet.

La question des joueurs professionnels de jeux vidéo

La professionnalisation des joueurs de jeux vidéo est une question qui se pose avec l'établissement de ce genre de compétitions. Durant notre période d'étude, en France aucun joueur ne gagne (et ne peut gagner) sa vie en participant aux différentes compétitions et en pratiquant le jeu vidéo. Ainsi, d'un point de vue strictement financier, il n'existe pas de joueurs professionnels. Néanmoins, cela peut exister à l'étranger pour une infime minorité de joueurs qui se font parrainer par des entreprises informatiques ou de jeux vidéo[2117], notamment en Corée[2118]. Le circuit professionnel coréen fait par ailleurs l'actualité au début des années 2000, non seulement du fait du niveau de développement des compétitions de jeux vidéo dans ce pays, mais aussi et surtout en raison de la présence d'un joueur français[2119].

[2116] Seb, « *ESWC* 2004 : 2 » édition, enjeux doubles » dans *Overgame.com*, 07 juillet 2004.

[2117] Par exemple, pour l'année 2001, le joueur coréen le plus célèbre et le mieux payé touche 140 000 dollars par an. Autre joueur, Jonathan Wendel (spécialisé dans le jeu *Quake*) gagne quant à lui environ 100 000 dollars par année. Il est à noter que les revenus peuvent également venir de « cours » (séances d'entraînement) dispensés par les champions. Roustan (Mélanie, sous la direction de), *La pratique du jeu vidéo : réalité ou virtualité ?*, L'Harmattan, 2003, 224 p. ; p. 135.

[2118] Dans ce pays, les compétitions de jeux vidéo prospèrent à l'ombre de la télévision qui retransmet les différents événements du circuit professionnel.

[2119] Bertrand Grospellier (alias Elky) est un joueur d'une vingtaine d'année, spécialisé dans le jeu *Starcraft*. Ayant un parcours classique de joueur, il fait ses premières armes et rencontre d'autres compétiteurs français grâce à Internet et à sa fréquentation de différentes salles de jeux en réseau. C'est à la suite de son bon classement (second) au *World Cyber Games* en 2001 qu'il décide et a la possibilité de devenir professionnel en Corée. Il abandonne ses études pour aller s'installer à Séoul. Son sponsor lui offre le logement, et un bureau pour ses entraînements ludiques. En outre, il touche un salaire de 1400 dollars par mois, ainsi que des primes de passage à la télévision (entre 5 et 6 passages par mois) qui s'élèvent entre 80 dollars et 200 dollars par match. De même, lors d'événements dans les salles de jeux, les primes peuvent aller de 80 dollars à 300 dollars. Il est à signaler que le joueur est conscient que son statut et sa situation sont précaires. En 2005, il change d'orientation et il abandonne le monde des jeux vidéo pour se consacrer au poker qui se développe sur Internet. Il se fait sponsoriser par un site Internet. Il participe à des tournois aussi bien ligne qu'aux compétitions des principaux circuits professionnels reconnus (nous pouvons noter une correspondance entre les parties virtuelles en ligne qui permettent d'obtenir une qualification pour un tournoi dans le monde « réel »). Voir : Croitoriu (Michaël), Pasamonik (Didier), *Les jeux vidéo expliqués aux parents*, Paris, Editions Marabout, 2002, 160 p. ; p. 34-35 ;

Toutefois selon nous, sur l'ensemble de la période étudiée, le statut de joueurs professionnels est bien plus lié aux performances des pratiquants, à leur niveau de jeu, supposé supérieur à celui de la moyenne des fanatiques, ainsi qu'à leur participation fréquente aux différents grands tournois nationaux et internationaux.

Conclusion : un sport en développement, avatar d'une société numérique

Le « sport électronique » donne aux jeux vidéo un visage sportif, en faisant de ce loisir une discipline à part entière. Elle se façonne à partir des années 1980 à mesure que s'organisent les divers tournois et autres concours « vidéoludique ». Le « sport électronique » n'est qu'une mise en spectacle des jeux vidéo qui dispose de ses propres événements, de ses catégories, de ses épreuves, mais aussi de ses records[2120]. Ajoutons que son apparition est aussi liée à la dimension de compétition que comporte ce loisir[2121]. La fin de notre période d'étude voit une professionnalisation de ce segment, avec l'apparition d'organismes spécialisés. Néanmoins, comme nous l'avons indiqué, seul un nombre très restreint de joueurs peut être considéré comme des professionnels, rémunérés pour leur pratique. La plupart des « sportifs électroniques » sont plutôt des joueurs fanatiques qui pratiquent les jeux vidéo intensément et à haut niveau, sans vivre de leur engagement en compétition. D'autre part, la discipline ne dispose pas de joueurs vedettes connus de tous[2122]. Notre période d'étude marque l'éclosion du « sport électronique », mais il faut relativiser sa portée, car il ne passionne finalement qu'une

---

Lizé (Mathilde), « Elky, joueur-né » dans *LePoint.fr*, 30 mai 2012, http://www.lepoint.fr/jeux-video/elky-joueur-ne-30-05-2012-1466717_485.php

[2120] A ce propos, notons qu'aux Etats-Unis, une salle d'arcade nommée *Twin Galaxies* est connue comme l'institution recensant les scores de jeux vidéo et les prouesses des joueurs (principalement américains). Fondée par Walter Day en 1981 à Ottumwa dans l'Iowa, cette salle d'arcade est le siège du *Twin Galaxies National Scoreboard*, un classement officiel des meilleurs scores, mais aussi l'endroit où s'organisent des compétitions entre les joueurs les plus performants, ou bien encore des tentatives de records. Dans la première partie des années 1980, elle est aussi à l'initiative de plusieurs championnats et de la création d'une équipe professionnelle américaine de jeux vidéo. Ajoutons qu'en 1998 est publié un ouvrage nommé *Twin Galaxies' Official Video Game & Pinball Book of World Records*, qui catalogue les scores réalisés par les joueurs de 31 pays différents, enregistrés depuis 1981. Voir : Ducluzeau (Tristan), « Twin Galaxies » dans *Joypad*, n° 126, janvier 2003, p. 80 col. 1 ; http://www.twingalaxies.com/index.aspx?c=17&id=332

[2121] Le fait de pouvoir jouer à plusieurs, d'avoir des jeux comptant les scores, donnent l'envie aux joueurs de se mesurer les uns aux autres.

[2122] Il existe des joueurs vedettes, mais ceux-ci sont rares, et surtout ils sont connus, la plupart du temps, uniquement des seuls initiés.

partie restreinte des joueurs en France[2123], malgré une percée évidente. Les différents événements ne font pas toujours l'actualité[2124], et beaucoup de joueurs ne trouvent tout simplement rien d'intéressant dans le fait d'aller assister à des compétitions de jeux vidéo et à voir pratiquer d'autres joueurs.

Cependant, l'émergence du « sport électronique » s'insère dans un mouvement global car elle va de pair avec l'informatisation et le passage au tout numérique de nos sociétés. Cette transposition du sport au monde digital n'est donc pas un phénomène isolé, lié à l'unique développement des jeux vidéo. Surtout que l'intérêt porté à cette nouvelle discipline provient aussi, selon nous, de la croissance d'Internet. C'est le développement du réseau et des activités en ligne qui attirent l'attention du public et des medias sur cette pratique. Cette dernière est alors prise en exemple, comme peuvent l'être la consultation du courrier, les achats en ligne, la recherche d'informations, pour illustrer les différents usages d'Internet. Nous pouvons nous demander si cela n'est pas, au début des années 2000, un moyen de promouvoir Internet auprès des français à travers deux domaines connus (le sport et les jeux vidéo). Cette médiatisation aurait un but commercial : celui d'encourager le public à s'équiper en ordinateur ou à s'abonner au réseau (la période étant aussi celle de la commercialisation des premiers forfaits haut débit en France).

Enfin, le développement de cette forme sportive des jeux vidéo est un élément qui montre la demande toujours croissante des sociétés contemporaines pour des divertissements. Le jeu vidéo apparaît comme un loisir pionnier dans le cadre du « sport électronique ». Cependant, il n'est pas le seul concerné puisque nous pouvons mettre en parallèle cette croissance avec l'intérêt croissant pour le poker, au-delà de notre période d'étude. En effet, une certaine mode pour ce jeu de carte se développe avec l'apparition de sites Internet qui proposent des parties et des tournois en ligne[2125]. Par ailleurs, cette vogue est entretenue par la télévision qui

[2123] Ajoutons que l'intérêt n'est pas uniforme et bien souvent les joueurs s'intéressent aux compétitions liées au genre de jeux préféré ou à leurs titres ludiques phares. Ainsi, un joueur amateur de jeux de combat ne sera pas forcément intéressé par les tournois de jeu de football, ou de jeux de tir à la première personne.
[2124] Seules les grandes finales mondiales ou les grands événements nationaux font l'actualité dans les magazines spécialisés (notamment ceux qui se trouvent en ligne sur Internet).
[2125] Contrairement au « sport électronique », cette vogue du poker est entretenue par la télévision qui diffuse des compétitions professionnelles, des reportages sur les champions de la discipline, et même des programmes d'entraînements. Pour expliquer cette tendance, nous pouvons émettre l'hypothèse que les jeux vidéo sont considérés comme un loisir qui n'est pas sérieux, réservé avant tout aux enfants et aux adolescents, et qu'ils

diffuse des compétitions professionnelles, des reportages sur les champions de la discipline, et même des programmes d'entraînements. Cette « numérisation » du poker s'inspire grandement de l'esthétique des jeux vidéo, et elle participe, en se fondant dans le « sport électronique », à ouvrir une voie numérique aux jeux d'argent, et notamment aux paris sportifs.

Le « sport électronique » est une discipline qui est le fruit du développement d'une société numérique, à la recherche de toujours plus de loisirs. Les mondes virtuels se nourrissent de cette demande pour prospérer, mais aussi ils y répondent en apportant de nouveaux moyens de se divertir.

n'ont pas la capacité à attirer les téléspectateurs. Sans compter qu'ils peuvent être mal vue par les dirigeants des chaînes. Pour sa part, le poker possède un caractère beaucoup plus grand public, capable d'attirer une large audience, et surtout, le fait de mettre de l'argent en jeu renforce, sans doute, le suspens que recherche à offrir la télévision à ses téléspectateurs.

Chapitre 4 : Les jeux vidéo et la société

VII) Les influences et les inspirations du jeu vidéo

1) Les jeux vidéo et l'art

a) Les relations entre le jeu vidéo et les médias artistiques

Avec ce paragraphe, nous entendons aborder le sujet des relations, des échanges, et des influences, qui peuvent exister et s'établir, entre les jeux vidéo et les industries culturelles de divertissement. Plus particulièrement avec celles relatives à la musique, à la littérature, à la bande dessinée et aux arts graphiques, et enfin au cinéma.

Les adaptations et les licences

Le premier stade de ces relations, et peut être celui qui est le plus visible, se matérialise sous la forme d'adaptations. Ces dernières sont de deux types, avec d'une part des adaptations de différentes franchises (film, livre, bande dessinée) en jeux vidéo, et d'autre part, à l'inverse, des transpositions de jeux vidéo. Il est à noter que dans ces deux mouvements[2126], on note une prédominance des bandes dessinées[2127] et des films cinématographiques[2128]. Ces tendances apparaissent dès la seconde partie des années 1970, et elles vont en s'accentuant au fur et à mesure de notre période d'étude. Elles concernent toutes les machines ludiques, ainsi que tous les genres de jeux, même si les jeux de type « action » sont plus ou moins privilégiés. Elles deviennent aussi un élément quasi systématique des politiques commerciales, aussi bien pour les compagnies de jeux vidéo qui achètent les licences, que pour celles des autres industries culturelles. Toutefois, la catégorie des

[2126] Dans le choix d'adapter une franchise en jeu vidéo et dans celui de sélectionner un logiciel ludique pour en faire un produit culturel dérivé.
[2127] Soulignons qu'au Japon, les échanges entre les différentes industries du divertissement sont importants. La plupart des bandes dessinées ou des dessins animés sont couramment (voire systématiquement) adaptés en jeux vidéo. L'inverse existe aussi, mais peut-être dans des proportions moindres. Les jeux les plus populaires disposent de bandes dessinées, et parfois de séries ou de films animés.
[2128] En ce qui concerne le cinéma, entre 1975 et 2008, 469 films sont adaptés en un ou plusieurs jeux vidéo. Cette catégorie de jeux représente environ 10% des ludothèques des différentes machines ludiques. Elles concernent principalement les films à gros budgets et les succès aux «box office », ainsi que des genres comme l'action, l'aventure, la comédie, la fantaisie, la science-fiction ou bien encore les dessins animés. En outre, le nombre d'adaptations de films en jeux vidéo en développement est plus important durant les périodes de crises du secteur. Blanchet (Alexis), « *Movies made into games: some data about adaptation…* » dans *Jeuvidéal.com,* 21 juin 2009, http://jeuvideal.com/?p=283#comments ; voir annexe jeux vidéo et cinéma p. 219.

adaptations n'a pas bonne réputation auprès des joueurs et de la presse. Si quelques titres sont de qualités, une majorité de ces logiciels ludiques, notamment ceux transposant des films, est souvent médiocre, voire mauvais[2129]. En outre, un certain nombre de ce genre de jeux ne peut être apprécié que par le public de passionnés de la licence adaptée[2130].

La musique et les jeux vidéo

Aux côtés de ces simples adaptations, que l'on peut qualifier de base, il existe une multitude de liens qui s'établissent à la faveur de la pluralité artistique des jeux vidéo. Commençons tout d'abord par le monde musical. Lorsqu'apparaissent les jeux vidéo, les programmes ludiques ne contiennent pas de musique, mais seulement des bruitages. C'est avec le développement technique des machines[2131] que des mélodies apparaissent, d'abord dans les introductions des jeux, puis durant tout le déroulement de la partie, afin d'accompagner les joueurs dans leur progression. Deux plates-formes ludiques issues de la première partie des années 1980 sont réputées pour avoir favorisé l'émergence, mais aussi la reconnaissance des musiques de jeux vidéo[2132]. Il s'agit de l'ordinateur *Commodore 64*, et de la console *NES* de Nintendo.

[2129] Cette médiocrité s'explique généralement par des temps de développement courts, parce que les éditeurs veulent commercialiser leurs jeux au moment de la sortie dans les salles des films concernés. De plus, à cause du prix de l'achat de ce type de licence, les budgets alloués aux développeurs sont susceptibles d'être modestes, ce qui peut influer sur la qualité (notamment technique) du logiciel ludique.

[2130] C'est typiquement le cas pour les jeux issus de séries et de bandes dessinées japonaises. La presse fait d'ailleurs la remarque, lorsqu'elle considère un titre comme moyen ou finalement peu intéressant et dont on peut se dispenser. De ce fait, il peut y avoir des différences dans l'appréciation de ce type de programme. Des joueurs peuvent être enchantés par l'adaptation, et ainsi, aller à l'encontre de l'avis fort mitigé des journalistes.

[2131] Les bornes d'arcades sont concernées avant les systèmes ludiques familiaux. Cependant, notons que la musique réalisée (ou assistée) au moyen d'un ordinateur fait l'objet d'études et d'expérimentations dès les années 1950. Par exemple, l'ordinateur australien *CSIRAC* (aussi connu sous le nom de *CSIR Mk1*) est programmé pour jouer des airs populaires du début de la décennie 1950, et une démonstration publique est même donnée en 1951 où la machine « joue » la chanson *Colonel Bogey*. En Angleterre, la même année, à l'Université de Manchester, la BBC enregistre l'exécution de trois morceaux (*Baa Baa Black Sheep, In the Mood, God save the King*) par l'ordinateur *Ferranti Mark 1*. En août 1956, à l'Université de l'Illinois, un concert est donné durant lequel un ordinateur exécute la *suite Illiac*, un quatuor pour corde, premier morceau composé spécifiquement pour un ordinateur par deux professeurs et musiciens, Lejaren Hiller et Leonard Issacson. Voir : *Melbourne School of Engineering : Computer Science & Software Engineering*, «*The Music of CSIRAC: Introduction* » dans *www.csse.unimelb.edu.a*u, 18 novembre 2009, http://www.csse.unimelb.edu.au/dept/about/csirac/music/introduction.html ; Fildes (Jonathan), « *Oldest computer music unveiled* » dans *news.bbc.co.uk*, 17 juin 2008, http://news.bbc.co.uk/2/hi/technology/7458479.stm ; « Art et ordinateur » dans *Science et vie*, *numéro hors série informatique 1973*, mars 1973, p. 86 col. 2.

[2132] Cette réputation est liée au composant sonore de ces machines et aux musiciens qui les ont exploitées, à la généralisation des musiques de leurs jeux, mais aussi aux différentes mélodies ayant marqué les joueurs.

Dans la conception et l'écriture de musiques pour des programmes ludiques, nous voyons, durant notre période d'étude, deux phases distinctes qui sont liées aux évolutions de la technologie. Jusqu'au début des années 1990, les auteurs de musiques sont pour la plupart à la fois des musiciens et des programmeurs, qui doivent exploiter les composants sonores des systèmes de jeux. En effet, ce sont ces puces dédiées qui créent et diffusent les sons, les bruitages, la musique, et il faut savoir en tirer partie pour proposer des mélodies de qualité. Avec l'établissement du CD comme support de stockage des jeux, il n'est plus obligatoire de programmer la puce sonore pour tirer des sons car il devient possible de stocker les enregistrements sonores directement dans le disque, et de lancer les différentes pistes au moment prévu du jeu. Ainsi, la création de musiques de jeux se rapproche de celle pour le cinéma, et à la fin de notre période d'étude, il y a une tendance de plus en plus marquée à l'utilisation d'orchestres symphoniques.

De même, on peut noter un accroissement des budgets accordés à la composition de musiques des jeux, ainsi que l'arrivée (aux débuts des années 2000) de compositeurs de musiques de films[2133]. Par exemple, citons Harry Gregson Williams[2134] qui participe à la composition du jeu *Metal Gear Solid 2*, Danny Elfman[2135] sollicité pour *Fable* (datant de 2004), ou bien encore Lalo Shifrin[2136] auteur du thème du jeu *Splinter Cell* (sortie en 2004). En outre, nous voyons aussi le développement de la pratique des licences[2137], ou la création de musiques de jeux par des musiciens ou des groupes reconnus[2138]. Dans les jeux vidéo, la musique comporte des caractéristiques propres, qui doivent être prises en compte lors de la composition. Contrairement aux bandes originales de films, la musique des jeux est gérée en temps réel, elle est interactive et surtout il faut qu'elle soit non linéaire, pour

[2133] Lechner (Marie), « Mélodies en consoles » dans *Libération*, 3 septembre 2004, http://next.liberation.fr/next/0101500421-melodies-en-consoles
[2134] Il a composé notamment les musiques de Shrek, *Chicken Run*, *Le Petit Monde des Borrowers*, ou bien encore *Armageddon*.
[2135] Il est le compositeur des musiques de films tels que *Batman* ou *L'Étrange Noël de monsieur Jack*.
[2136] On lui doit les thèmes des films *Les félins*, *L'Inspecteur Harry*, mais aussi ceux de séries télévisées comme *Mission impossible*, *Manix* ou *Starsky et Hutch*.
[2137] C'est par exemple le cas du jeu *Wipeout* 2097 sur *Playstation*, commercialisé en 1996 dont les musiques sont des morceaux d'artistes reconnus de la scène des musiques dites électroniques comme *The Prodigy* ou *The Chemical Brothers*. Ces morceaux ne sont pas composés pour ce jeu. L'opus précédent de ce jeu, sorti un an plus tôt, dispose déjà de quelques pistes empruntées à des groupes reconnus.
[2138] Par exemple, David Bowie a participé à l'élaboration de la bande sonore du jeu *The Nomad Soul*, ou bien encore Trent Reznor, leader du groupe *Nine Inch Nails* (genre musical : métal industriel) a composé les musiques du jeu *Quake*.

ne pas agacer les joueurs[2139]. Tous les styles musicaux sont représentés par le jeu vidéo, et selon la pratique des licences, il arrive parfois que des titres mettent en scène un groupe ou un musicien de renom[2140].

Ces échanges entre le monde des jeux vidéo, de la musique et du cinéma, nous amènent à nous poser la question des influences musicales dans la composition des bandes sonores des jeux. Il n'est pas simple d'étudier les inspirations en raison du manque d'informations sur ce sujet. Toutefois, nous pouvons penser que les compositeurs sont influencés, en partie, par leur propres goûts musicaux et donc par les musiques de leur jeunesse. Néanmoins, il semble qu'avec l'utilisation du CD et l'arrivée de musiciens travaillant pour le cinéma, les compositions de jeux vidéo se rapprochent de plus en plus de celles de films.

« Avec Hollywood en ligne de mire, les musiques de jeux (d'aventure ou d'action) ont cependant tendance à s'uniformiser. Le recours à l'orchestre symphonique se systématise. C'est à la mode, et le style pompeux, ça peut rapidement gaver, estime Sylvain Brunet directeur artistique son chez Ubisoft. A force de vouloir copier les BO des films, les musiques de jeux manquent souvent de caractère et d'originalité.»[2141]

Cet extrait d'un article de *Libération* laisse supposer que les compositeurs de musiques de jeux sont influencés par le cinéma et qu'ils cherchent à copier les musiques des films. Cependant, nous ne savons pas quels sont les jeux visés par ces affirmations. Si c'est le jeu vidéo dans son ensemble ou juste la production occidentale ? En outre, nous n'avons pas trouvé d'exemples précis pour la période que nous étudions.

[2139] Lechner (Marie), « Mélodies en consoles » dans *Libération*, 3 septembre 2004, http://next.liberation.fr/next/0101500421-melodies-en-consoles

[2140] Par exemple, le groupe *Motorhead* fait l'objet d'un jeu vidéo de genre jeu de combat à progression décalé et humoristique, jouant sur les clichés de la musique de style *heavy metal*. Autre cas, le chanteur Renaud et son univers font l'objet d'une adaptation en jeu de genre action/aventure, dans lequel le but du joueur est de retrouver diverses parties de son cyclomoteur, pour pouvoir emmener sa petite amie à un concert de l'artiste. Enfin citons *Moonwalker* sur *Megadrive*, qui s'il adapte le film éponyme, met aussi et surtout en scène le chanteur Michael Jackson. Voir : Lacombe (Marc), « *Motorhead* » dans *Tilt*, n° 110, janvier 1993, p. 50 ; J.H, « *Marche à l'ombre* », dans *Tilt*, n° 50, janvier 1988, p. 57 col. 1.

[2141] Lechner (Marie), « Mélodies en consoles » dans *Libération*, 3 septembre 2004, http://next.liberation.fr/next/0101500421-melodies-en-consoles

Pour conclure sur ce sujet entre musique et jeux vidéo, abordons deux derniers points qui dépassent le cadre de cette industrie de loisir. Premièrement, les musiques de jeux vidéo donnent naissance à un marché musical spécifique. Apparu au Japon durant l'ère de la *Nes* de Nintendo, et principalement développé dans ce pays, il voit la commercialisation systématique des bandes sonores des jeux, et ce en plusieurs versions (de base, réorchestré/arrangé, symphonique, concert). A cela, il faut ajouter le développement de concerts dédiés aux jeux vidéo, durant lesquels sont exécutés une sélection de titres d'un ou de plusieurs jeux. Durant notre période d'étude, ces deux éléments restent confinés au Japon, même s'il existe quelques tentatives en France de lancer ce type de marché avec l'organisation de concerts[2142] ou la sortie de CD musicaux[2143]. Notons que les passionnés français peuvent se procurer quelques disques grâce à l'importation parallèle, disponibles non pas dans les boutiques de jeux vidéo, mais dans celles qui sont spécialisées dans l'animation japonaise et les *manga*. Toutefois, cet intérêt pour la musique de jeux vidéo demeure marginal en France, mais il se développe lentement aux débuts des années 2000, notamment en ce qui concerne la demande de concerts. Signalons que ce marché, ainsi que les mélodies des programmes ludiques permettent de mettre en valeur des musiciens, qui deviennent de vraies icônes auprès des joueurs[2144].

Deuxièmement, les musiques et les bruitages des jeux vidéo de l'époque 8 bits et 16 bits influencent certains musiciens, et ils donnent naissance à un genre particulier de musique électronique, dénommé « *chiptune* »[2145]. Se développant surtout à la fin des années 1990 et au début des années 2000, ce courant musical peut se rattacher à la question de la musique assistée par ordinateur, et au phénomène des « démos »[2146]. Nous pouvons remarquer aussi que, paradoxalement, il apparaît à un moment où la composition des musiques de jeu se

[2142] Un concert intitulé « les plus belles musiques micro » est organisé en 1989 dans le magasin Fnac Montparnasse. Il est gratuit et il met en scène un saxophoniste américain qui vient interpréter ses compositions pour le loisir informatique. « Publicité » dans *Tilt*, n° 64, mars 1989, p. 13.
[2143] Durant l'année 1997, le magazine *Joypad* offre avec ses numéros un CD de musique de jeux (d'éditeurs occidentaux).
[2144] Une majorité de musiciens sont japonais comme Nobuo Uematsu, le compositeur entre autres des musiques de la saga *Final Fantasy*, Kōji Kondō qui a crée les mélodies des franchises *Super Mario Bros* et *Zelda*, Yasunori Mitsuda (*Chrono Trigger*, *Xenogear*) ou bien encore Kōichi Sugiyama connu pour les musiques de la série *Dragon Quest*. Notons qu'auprès des joueurs plutôt orientés micro-ordinateurs, les noms marquants comportent davantage de musiciens Occidentaux.
[2145] Ce mot anglais est formé du terme « *chip* » qui signifie composant, puce, et de « *tune* » qui veut dire musique, morceau.
[2146] Voir lexique p. 6.

rationalise et s'éloigne de l'informatique et de la programmation des puces sonores. La musique produite est une musique dont les sons sont synthétisés par d'anciens matériels informatiques ou de jeux vidéo. Les plus en vogue sont, entre autres, les ordinateurs *Commodore 64* et *Atari ST* ou bien encore les consoles *Nes*, *Game Boy* et *Megadrive*. La sonorité de la musique créée se rattache aux machines concernées, et son style rappelle celui des bandes originales des différents logiciels ludiques. Il est à noter que les musiciens ou groupes qui évoluent dans ce courant musical ne travaillent pas forcement pour l'industrie du jeu vidéo.

Littérature et jeux vidéo

Poursuivons avec la littérature qui influence de manière assez implicite les jeux vidéo. Tout d'abord, les liens passent par les inspirations littéraires des créateurs de jeux vidéo, qui possèdent à peu près tous les mêmes références. Ainsi, les genres (littéraires) les plus en vogue dans ce milieu sont la science-fiction ou bien encore l'*heroic fantasy* et leurs différents auteurs phares[2147]. Nous pouvons constater que ces genres sont dominés par les auteurs anglo-saxons qui sont, donc, les références des concepteurs de jeux (y compris des Français). Les auteurs français ne sont pas cités, dans les sources consultées. Pour l'expliquer, nous pouvons d'abord indiquer qu'ils ne sont pas très en vue, dans ce type de littérature. Par exemple, un auteur comme Pierre Boulle (*La planète des singes*) n'est pas mentionné. En outre, les grands écrivains comme Alexandre Dumas ou Victor Hugo ne sont pas pris comme référence, peut-être parce qu'ils sont rattachés à une culture à la fois « classique » et surtout scolaire.

Ces préférences peuvent avoir une influence sur certains jeux ou certains types de jeux, comme par exemple les jeux de rôle et les jeux d'aventure, dont les univers sont plus ou moins calqués sur ceux issus du genre *heroic fantasy*. De même, quelques titres destinés à un public familial et aux enfants font échos aux contes, de par leur histoire et leurs graphismes.

[2147] Parmi les auteurs qui sont les plus fréquemment cités, notons entre autre : Tolkien (*The lord of the ring*), Arthur C. Clark (*2001: A Space Odyssey*), Isaac Asimov, Philip K. Dick (*Do Androids Dream of Electric Sheep ?*), Frank Herbert (*Dune*), Howard Phillips Lovecraft (*The Call of Cthulhu*), Terry Pratchett (*Discworld*), Robert E. Howard (*Conan the Barbarian*). Ichbiah (Daniel), *Bâtisseurs de rêve : enquête sur le nouvel eldorado des jeux vidéo*, Paris, First Documents, 1997, 430 p. ; p. 370.

Ensuite, la partie littéraire des jeux vidéo se remarque dans leur dimension narrative. Chaque jeu raconte une histoire et il possède un récit qui lui est propre et que le joueur parcourt durant sa partie. C'est un élément qui s'inscrit dans la durée, à la manière d'un livre, et qui se termine lorsque le joueur parvient à la fin du programme ludique. De même, nous pouvons faire l'analogie entre la segmentation des jeux en niveaux et celle des ouvrages en chapitres. Le récit d'un jeu est important car il est souvent le prétexte au jeu, prenant racine à la fois à l'extérieur (par exemple dans le manuel du jeu) et dans le jeu. Dans certain genre comme les jeux de rôle et les jeux d'aventure, la narration textuelle est un élément essentiel puisque le joueur doit lire les textes pour avancer dans le jeu, et pour connaître l'histoire et sa suite. Cela peut ainsi ressembler à la lecture d'un livre[2148], dans le sens où les joueurs sont amenés à lire un grand nombre de texte[2149]. Soulignons qu'il n'existe pas de styles narratifs propres aux jeux vidéo. Ces derniers reprennent avant tout la forme du conte et du roman. En outre, précisons qu'en lien avec les goûts des concepteurs pour la science-fiction ou l'*heroic fantasy*, certains romans ont une certaine influence sur les jeux vidéo. Par exemple, nombreux jeux d'aventure et de rôle sont marqués par l'œuvre de Tolkien.

Les arts graphiques et les jeux vidéo

La bande dessinée et plus généralement les arts graphiques se retrouvent dans les jeux vidéo essentiellement par des choix esthétiques et visuels[2150]. Cela concerne donc les graphismes, ainsi que la technologie employée pour les réaliser. Néanmoins, ces domaines sont susceptibles d'être représentés aussi par des artistes ou des grands noms de la bande dessinée, qui participent à l'élaboration des jeux, en réalisant par exemple les personnages (héros, monstres) ou les illustrations pour la jaquette.

[2148] Surtout en ce qui concerne le genre aventure textuelle, et celui du roman interactif où l'essentiel de la partie se déroule à l'écrit. Ils sont dépourvus pour certains jeux de graphismes (notamment pour les premiers titres du genre, apparus à la fin des années 1970 et au début des années 1980).
[2149] Par exemple, le jeu du genre « *action rpg* » *Secret of Mana* est composé de 362 pages de texte. TSR, « les secrets de *Secret of Mana* » dans *Joypad*, n° 34, septembre 1994, p. 71 col. 2.
[2150] Hormis bien entendu les multiples adaptations de bandes dessinées en jeu vidéo.

Illustration 4.1: *Chrono Trigger* par Akira Toriyama



Illustration 4.2: *Panzer Dragoon* par Moebius

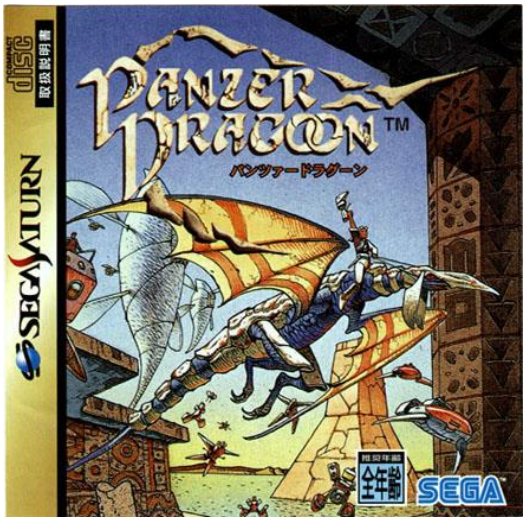




Illustration 4.3: *Final Fantasy VI* par Yoshitaka Amano



Durant notre période d'étude, c'est principalement au Japon, que nous trouvons ce type de collaboration, avec des auteurs de *manga*[2151] (illustration 4.1), des illustrateurs, ou des personnes qui travaillent dans le milieu de l'animation[2152] (illustration 4.2). Si la renommée de certains noms permette d'attirer l'attention sur telle ou telle production ludique, le contraire est également vrai. Ainsi, les jeux vidéo permettent de faire découvrir des artistes, ou de faire croître leur notoriété (pour ceux qui débutent), notamment auprès des joueurs occidentaux[2153] (illustration 4.3).

Concernant les aspects techniques, nous pouvons voir que certains titres disposent de graphismes qui font irrémédiablement penser aux bandes dessinées, voire parfois à des tableaux. C'est le cas de la plupart des jeux en deux dimensions, contrairement à ceux réalisés en trois dimensions, qui tendent de plus en plus à être réaliste[2154]. On peut noter particulièrement les productions françaises de l'époque des ordinateurs 16 bits (*Atari ST*, *Amiga*), notamment des jeux d'aventures), qui sont découpées justement en tableaux. C'est par ailleurs, entre autre, avec une esthétique propre aux productions françaises qu'est apparu le terme de « *french touch* », et que les Anglo-saxons y ont vu un style typiquement français. De plus, un choix esthétiquement nouveau ou particulier pour les graphismes d'un jeu peut lui apporter et lui donner, auprès des joueurs, un certain cachet reconnaissable immédiatement, et surtout le caractériser.

Ensuite, il existe différents procédés qui donnent des aspects visuels originaux aux jeux, ou qui deviennent de véritables courants esthétiques et artistiques, en raison de l'obsolescence technique. Premièrement, soulignons l'utilisation, à la fin de notre période d'étude, d'une technique appelée ombrage de celluloïd (« *cel-shading* », ou « *toon-shading* ») qui s'applique sur les jeux en trois dimensions (illustrations 4.4, 4.5, 4.6)

[2151] C'est le cas d'Akira Toriyama, célèbre auteur des *manga Dragon Ball* et *Docteur Slump*, qui est également à l'origine des illustrations et du bestiaire de la série *Dragon Quest*, ou bien encore des personnages du jeu *Chrono Trigger*.

[2152] Si la majorité des collaborations se fait avec des artistes japonais, il peut arriver que des artistes non japonais participent à la conception graphique des jeux. Par exemple, l'auteur français de bande dessinée Jean Giraud/Moebius (*Blueberry*, co-fondateur de la revue *Métal Hurlant*) réalise quelques visuels pour le jeu (japonais) *Panzer Dragoon*, commercialisé en 1995 sur la console *Saturn* de Sega.

[2153] Comme Yoshitaka Amano, l'illustrateur de la saga *Final Fantasy*.

[2154] Le but est alors de faire des jeux de plus en plus photoréalistes.

Illustration 4.4: *Jet Set Radio* (*Dreamcast*)



Illustration 4.5: *Zelda : the wind waker* (*Gamecube*)





Illustration 4.6: *Auto Modelista* (*Playstation 2*)





Il s'agit d'un modèle d'éclairage qui n'est pas réaliste, et qui donne aux graphismes l'illusion d'une image fait à la main, comme pour les dessins animés[2155] ou les bandes dessinées. Notamment, elle souligne et marque davantage les contours des objets, des décors, des personnages, et elle utilise une palette de couleur réduite. Les jeux traités ainsi se rapprochent de l'esthétique du *manga* et des dessins animés japonais[2156]. Olivier Seguret écrit sur le site Internet de *Libération* à propos de cette technique :

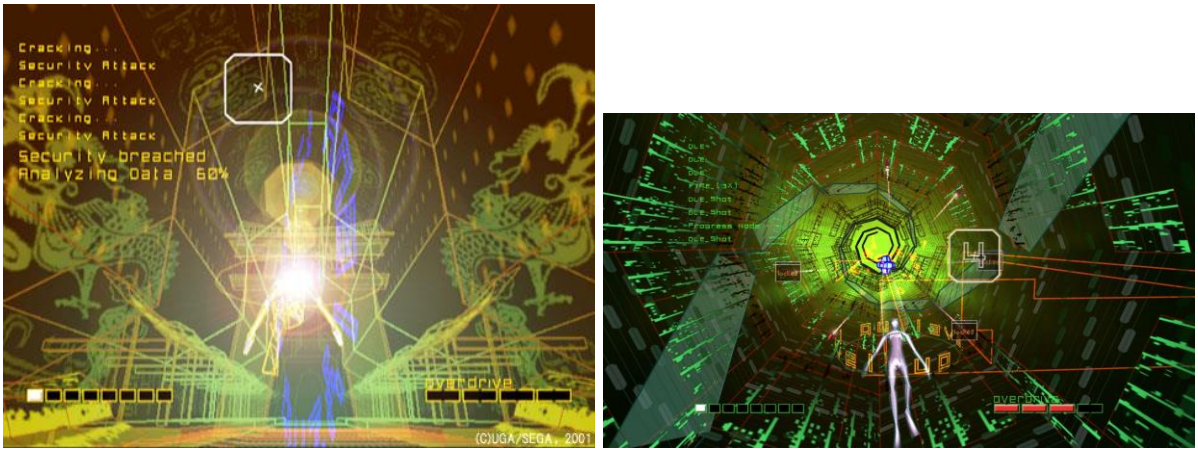
« on a l'impression de petits personnages en fausse 2D dans un monde en vraie 3D. L'effet est celui de vignettes pratiquement décollables, avec une légère ombre portée. L'effet est très modeste et c'est aussi ce qui fait sa valeur, sa souplesse d'utilisation […] Cependant, ce que le cel shading apporte à l'histoire plastique du jeu vidéo est très intéressant. Il résout d'abord avec élégance et astuce la question compliquée de l'expressivité des héros et personnages […] En l'aplatissant radicalement, le cel shading dépixellise le visage, lui autorisant ainsi la finesse de trait du dessin classique, c'est-à-dire celle qu'autorise la pointe minusculement taillée d'un crayon. Le personnage obtenu n'est pas du tout un enfant de la réalité mais infiniment plus délicat dans ses expressions, et dans la succession rapide des changements de celles-ci, que ceux qui prétendent au réalisme »[2157].

Il est intéressant de noter que pour le journaliste, cette technique apporte surtout un bénéfice dans l'expression des personnages de jeux qui sont difficiles à rendre, lorsque les concepteurs veulent faire des jeux aux graphismes « photoréalistes ». Cependant, il faut souligner que l'utilisation de cette technique demeure restreinte, durant la période qui suit notre étude. Les concepteurs s'orientent davantage vers le réalisme. De cette manière, l'ombrage de celluloïd est une technique confinée (sauf exception) à certains types de jeux comme les adaptations de dessins animés japonais.

[2155] A l'exception des dessins animés réalisés en trois dimensions et en images de synthèses.
[2156] Une des raisons de ce parallèle provient du fait que les premiers jeux qui popularisent auprès du public et des joueurs cette technique sont japonais, comme par exemple *Jet Set Radio* sur *Dreamcast*. D'ailleurs les créateurs de ce jeu ont surnommé cette technique « *manga dimension* ». « *Tokyo Game Show 2000* » dans *Joypad*, n° 97, mai 2000, p. 34 col. 1.
[2157] Seguret (Olivier), « *Actualités : guides :* La révolution du *cel shading* » dans *Liberation.fr*, 31 janvier 2003, http://www.liberation.fr/guide/0101438843-la-revolution-cel-shading

Deuxièmement, nous pouvons citer la technique des graphismes vectoriels qui donnent aux images en trois dimensions un aspect « fil de fer » (et parfois aussi futuriste). Citons le jeu *Rez* sur *Dreamcast* qui utilise cette technique (illustration 4.7)

Illustration 4.7: *Rez* (*Dreamcast*)



Enfin, la désuétude des jeux et des graphismes en deux dimensions est un des éléments qui démocratisent auprès du public le concept artistique nommé « *pixel art* » (qui n'est pas exclusif aux jeux vidéo). Il définit une image travaillée pixel par pixel[2158], au nombre de couleurs limitées, et créée à l'aide des outils informatiques spécialisés dans la création graphique. A la fin de notre période d'étude, nous voyons ainsi la mise en avant, de divers objets ou de « *sprite* » issus des jeux en deux dimensions des décennies 1980 et 1990, aussi bien d'un point de vue artistique que commercial[2159]. L'évolution technique, celle plus générale des jeux vidéo, et parfois la nostalgie, donnent aux logiciels ludiques de ces deux périodes une identité particulière mais révolue.

Citons l'exemple de l'artiste français Invader, aussi connu sous le nom de Space Invader, dont le pseudonyme fait référence au jeu éponyme. Il a pour démarche de poser des mosaïques (rappelant les pixels et autres « *sprite* » des jeux) dans les villes du monde entier, dans des endroits inaccessibles ou inattendus de l'espace urbain.

[2158] Voir lexique p. 10.
[2159] Par exemple, la commercialisation de textiles ou d'objets qui portent comme effigie un dessin en « *pixel art* » ou un « *sprite* » de jeux vidéo.

Illustration 4.8: Quelques exemples de mosaïques de l'artiste Invader



Ces mosaïques représentent des « *sprite* » de jeux vidéo de la fin des années 1970 et du début des années 1980 comme les vaisseaux extraterrestres du jeu *Space Invaders*, ou des personnages du jeu *Pac Man* ou *Mario*. Il a débuté ce projet artistique en 1998.

Le « *pixel art* » et toute cette esthétique qui rappelle les jeux vidéo se retrouvent aussi dans plusieurs créations, spécialement sur Internet, comme des images, des vidéos d'animation, ou des utilitaires qui permettent de façonner des avatars[2160]. Nous pouvons ainsi dire que ce courant artistique, qui devient presque « à la mode » au début des années 2000 reprend, se nourrit, et il s'inspire des jeux vidéo et de leur

[2160] Voir lexique p. 4.

style graphique en deux dimensions. Ils se transforment en sorte de symboles, qui portés, affichés ou vénérés, montrent l'appartenance à un groupe (celui des joueurs), la référence à un loisir, mais aussi l'émergence de la technologie dans l'art, et les loisirs culturels à la fin du vingtième siècle.

Cinéma et jeux vidéo

Terminons par évoquer la relation la plus mise en avant, celle entre les jeux vidéo et le cinéma, qui est à l'origine d'un grand nombre d'analyses et de débats. L'analogie entre les jeux vidéo et le cinéma est faite en raison d'une nature commune des deux industries (le divertissement), mais aussi pour leur développement comparable, même si celui des jeux vidéo est beaucoup plus rapide que celui du cinéma. En outre, elles entretiennent des relations, à la fois commerciales et techniques, et ce, dès les années 1970[2161]. Nous pouvons aussi rappeler l'existence du genre de jeu « film interactif », mais aussi mentionner les influences que certains films peuvent avoir sur les concepteurs de jeux.

En ce qui concerne le cinéma, soulignons à nouveau le mouvement d'adaptation des films en jeux vidéo, mais aussi celui, inverse, qui voit des jeux vidéo devenir des films. Au début des années 2000, le journaliste Olivier Seguret note que les studios américains de cinéma s'intéressent de plus en plus au monde des jeux vidéo :

« toujours à l'affût d'un filon fructueux, l'industrie du cinéma hollywoodien s'est empressée d'épouser le business, dérivé du jeu vidéo, partout où c'était possible. Non seulement les majors ont toutes développé des divisions interactives dévolues aux synergies les plus évidentes (le développement de jeux inspirés de leurs films), mais elles multiplient désormais les projets inverses : des films tirés de jeux, dont le calendrier des prochaines saisons est encombré »[2162].

Dans ce dernier cas, et durant notre période d'étude, les productions sont au mieux moyennes, mais généralement elles sont mauvaises, aussi bien dans leur

[2161] Rappelons le rachat en 1976 de la firme Atari par la Warner.
[2162] Seguret (Olivier), « *Actualités* : *week-end* : L'empire des simulacres » dans *Libération.fr*, 7 juillet 2001, http://www.liberation.fr/week-end/0101380257-l-empire-des-simulacres

scénario que dans le respect du support de base. Toutefois, il existe des films, qui ne sont pas tirés de programmes ludiques, mais dont le sujet évoque clairement ou implicitement les jeux vidéo. C'est par exemple le cas de films des années 1980 comme *War Games*[2163], *Tron*[2164] ou *The Last Starfighter*[2165]. Pour ces deux derniers films, l'évocation de l'industrie ludique passe aussi par les effets spéciaux utilisés, qui font appel à l'ordinateur. Durant notre période d'étude, à la manière du reste de la société, l'informatique se généralise et se démocratise (à partir des années 1980) dans l'industrie cinématographique, et son utilisation ne cesse de croître. Les techniques employées sont notamment la réalisation d'images de synthèses[2166], ou bien encore le tournage de scènes sur fond de couleurs unies (vert, bleus, gris) qui permet ensuite d'incruster les acteurs dans des décors virtuels ou de retravailler l'image avec l'ordinateur. D'autre part, certaines productions adoptent pour leurs séquences d'actions, des mises en scènes calquées sur celles des jeux vidéo.

Le jeu vidéo réutilise ces différentes techniques, principalement lorsque se généralise le CD comme support de stockage des jeux. Ainsi, ces derniers se dotent de scènes dites cinématiques[2167], soit en image de synthèses, soit à l'aide de scènes

[2163] Sorti en 1983, ce film américain met en scène un adolescent qui parvient à pénétrer avec son ordinateur, et sans s'en rendre compte, dans le système informatique de l'armée américaine. Il manque alors de déclencher une guerre nucléaire avec le bloc de l'Est, en pensant avoir affaire à un jeu vidéo de type wargame.
[2164] *Tron* est un film américain diffusé dans les salles de cinéma en 1982. Il raconte l'histoire d'un informaticien, qui va s'introduire dans un ordinateur et son monde virtuel, à la recherche de preuves attestant qu'il est victime d'un pillage intellectuel par l'un de ses collègues. Néanmoins, dans le monde numérique : il est rapidement pris à partie par un programme qui contrôle le système entier. *Tron* est le premier film à bénéficier d'images de synthèses, et à incorporer dans sa réalisation des éléments (comme des décors) travaillés au moyen de l'ordinateur. Son univers et son style graphique évoquent, non seulement l'informatique et le futur, mais aussi les jeux vidéo, dont certaines scènes (comme la course de moto) font directement référence à ce loisir alors émergent. Voir : Salachas (Gilbert), « *Avant-première* : *Tron*, l'aventure electro fantastique » dans *Tilt*, n° 2, novembre/décembre 1982, p. 87 ; Laurent, « *Tron* le film, partie 1 » dans *Grospixel.com*, octobre 2001, http://www.grospixels.com/site/tron_1sur6.php
[2165] Sorti en 1984, le film raconte les péripéties d'un jeune homme qui découvre, après avoir terminé un jeu d'arcade et pulvérisé tous les scores, que celui-ci est en fait un moyen de recrutement, en vue de sélectionner les meilleurs pilotes, et que la menace du programme est bien réelle. Ce film fait écho aux jeux vidéo, non seulement en raison de la place que tiennent ces derniers dans le scénario, mais aussi parce que thème du film incorpore des batailles spatiales, des vaisseaux qui font irrémédiablement penser au genre jeu de tir aérien. De plus, en terme d'effets spéciaux, il va plus loin que *Tron*, en ayant recours à davantage d'images de synthèses, notamment en ce qui concerne les vaisseaux qui sont modélisés au moyen de l'ordinateur. Delcourt (Guy), « *Carte postale* : la grande illusion » dans *Tilt*, n° 16, octobre 1984, p. 109.
[2166] Outre l'incrustation d'images de synthèses dans les films, le cinéma d'animation est également touché par l'arrivée des images numériques. A partir de la seconde moitié des années 1990 (initié par le studio Pixar en 1995 avec le film *Toy Story*), les salles de cinéma voient la sortie de longs métrages d'animation réalisés entièrement en image de synthèse, ce qui leur donne un aspect de jeux vidéo non interactif.
[2167] Elles viennent orner le déroulement de la partie, en étant à la fois des pauses dans le déroulement du jeu, des récompenses pour le joueur friand de ce type d'interludes, mais elles sont aussi, comme nous avons déjà pu le dire, un moyen de poursuivre le scénario, ou d'en souligner un point particulier.

filmées avec acteurs[2168]. De plus, mentionnons la technique de capture de mouvements, utilisée lors de la conception de jeux en trois dimensions, qui comme son nom l'indique, sert à enregistrer les mouvements réalisés par un acteur pour les transposer ensuite à un avatar virtuel. Soulignons que cette technique se démocratise puisqu'elle est aussi utilisée dans le cinéma d'animation (en image de synthèse) ou dans des films, au-delà de la période étudiée, comme *Avatar* (en 2009) ou *Les Aventures de Tintin : Le Secret de La Licorne* (2011). Le but recherché est d'obtenir pour le jeu, des mouvements les plus fluides et surtout les plus réalistes possibles. A côté de ces considérations purement techniques, le jeu vidéo se voit doté, au fur et à mesure de notre période d'étude, d'éléments et d'aspects cinématographiques, ou tout du moins tente de les recopier, de les reproduire, de se les approprier. C'est, par exemple, des mises en scènes ou des cadrages caractéristiques, mais aussi la reproduction d'atmosphères ou de sensations particulières. Des jeux comme *Bio Hazard* sur *Playstation* ou *Alone in the Dark* sur *PC* possèdent une ambiance, mais aussi ils reprennent certains codes propres aux films d'horreurs. Ils sont également influencés par les films *Psychose* et *Les Oiseaux* d'Alfred Hitchcock. De même, un titre comme *Final Fantasy 8* dispose de scènes qui s'inspirent de la comédie sentimentale ou du film romantique.

A l'utilisation commune de techniques et d'outils de production, il faut aussi ajouter au début des années 2000, une convergence économique opérée par l'industrie du jeu vidéo. Elle concerne la production et la conception des jeux (politique des licences, rentabilité souvent d'un jeu parmi un groupe de jeux édité par une même entreprise)[2169]. En dehors des logiciels ludiques, il existe également quelques emprunts comme par exemple des cérémonies de récompenses des meilleurs jeux. Faisant écho aux cérémonies des Oscars américains et des Césars français, ce type de cérémonie vient remettre des prix à différentes catégories. En France, celles qui ont marqué le plus les joueurs sont organisées par la presse[2170].

[2168] Par exemple, pour le jeu *Wing commander 4*, 38 décors sont réalisés, dont une réplique d'un vaisseau, une soixantaine d'acteurs et des dizaines de figurants sont employés pour les différentes scènes. En tout, quatre heures de vidéo sont filmées. Ichbiah (Daniel), *Bâtisseurs de rêve : enquête sur le nouvel eldorado des jeux vidéo*, Paris, First Documents, 1997, 430 p. ; p. 298 et 299.
[2169] « *Des synergies entre jeux vidéo et le cinéma* » dans *AFJV.com*, 20 août 2003, http://www.afjv.com/press0305/030515_cine.htm
[2170] C'est notamment le cas de la cérémonie des *Tilt* d'or remis par la rédaction du magazine *Tilt*.

Néanmoins ce type de manifestation tombe en désuétude à partir des années 1990 (surtout durant la seconde moitié de cette décennie).

Conclusion : Les jeux vidéo de plus en plus intégrés aux industries culturelles

Avec ce paragraphe, nous avons pu voir quelques éléments qui permettent de montrer les échanges, les influences réciproques et les relations qu'entretiennent les jeux vidéo, avec les autres industries culturelles du divertissement. Ces correspondances se font aussi bien du point de vue artistique qu'économique (gestion des productions, outils de conceptions, licences). Les domaines culturels et artistiques les plus influents, pour les jeux vidéo, sont la musique, le cinéma et tout ce qui entoure les arts graphiques, sans oublier la littérature (écriture, narration, genre littéraire). Toutefois, il existe d'autres sphères d'influences[2171], ainsi que des expérimentations isolées à vocation artistique mêlant le jeu vidéo[2172].

Ces mouvements sont le reflet de l'incorporation de ce nouveau loisir au sein des divertissements des Français, et notamment ceux des jeunes. Nous pouvons constater que les jeux vidéo reflètent la culture dominante anglo-saxonne, ce qui n'est pas une singularité puisque c'est aussi le cas pour la musique ou le cinéma. En outre, cela vient confirmer le succès de cette culture auprès de la jeunesse qui y est très sensible. Cependant, les jeux sur console apportent une touche de culture japonaise (qui est elle-même fortement influencée par l'Occident). Les jeux vidéo se nourrissent de la culture existante pour créer ses propres éléments culturels, et être à la base d'une nouvelle culture, que l'on peut être voir comme les prémices d'une culture issue du numérique[2173]. En outre, avec des mouvements comme le « *pixel art* » ou les mosaïques de l'artiste Space Invader, ou même la création de film, ils deviennent à leur tour des références qui sont utilisés par d'autres industries du divertissement.

[2171] Comme l'architecture par exemple. Il s'agit soit d'inspirations ou de retranscriptions fidèles pour une question de réalisme ou de cohésion des mondes inventés.
[2172] En 1987, un spectacle fantastique nommé *Oxphor* mêle pièce de théâtre et informatiques, en proposant aux spectateurs avant le début de la représentation de jouer avec le héros et de commencer l'aventure. N.M, « *Tilt journal* : rêve de joueur » dans *Tilt*, n° 46, octobre 1987, p. 24 col. 1.
[2173] Nous abordons le sujet du jeu vidéo comme une culture dans un prochain chapitre. Voir p. 607.

En raison de l'interactivité constante entre ce loisir « vidéoludique » et l'art, mais aussi parce que les jeux vidéo incorporent une partie artistique, à la fin de notre période d'étude, émerge la question de savoir s'ils sont un art à part entière.

b) Le jeu vidéo est-il un art ?

Le débat autour de la question du jeu vidéo en tant qu'art peut se résumer à deux affirmations. Oui le jeu vidéo est un art et non ce n'est pas un art. Ces deux conceptions réunissent des partisans aux opinions tranchées et parfois intransigeantes. Les discussions autour de ce thème apparaissent au début des années 2000 et c'est un sujet qui se développe surtout sur Internet. Elles concernent principalement les sites spécialisés et les forums de discussions. Il nous semble judicieux (et logique) d'inclure et de rattacher ce thème à celui plus général des arts numériques qui font intervenir**,** pour la plupart, dans leur processus créatif l'outil informatique (matériel et logiciel)[2174].

Les arts numériques

La création artistique assistée par ordinateur n'est pas contemporaine de l'apparition ou du succès commercial des jeux vidéo. Elle les précède puisque, dès le cours des années 1950, l'ordinateur est perçu comme un nouveau moyen de création[2175]. Nous avons vu précédemment des exemples, notamment dans le domaine musical. Ajoutons l'existence d'un groupe fondé aux Etats-Unis en 1966, appelé *Experiments in arts and technology*, qui publie deux revues et réalise des expositions autour de la peinture et du dessin. Ces nouvelles formes d'art se développent avec l'évolution technologique mais aussi avec l'implantation (croissante) de l'ordinateur dans notre société. Durant les années 1980, avec le mouvement de démocratisation de l'ordinateur (et de l'informatique en général) qui vise les particuliers et le marché domestique, les arts numériques pénètrent dans les foyers. Chaque utilisateur est alors susceptible d'utiliser sa machine pour réaliser ses propres créations en amateur. D'ailleurs, des constructeurs comme Atari et Commodore axent, comme nous avons pu le voir, la politique commerciale de leur ordinateur 16 bits respectif autour de la création (graphique, sonore, voire vidéo). Il

[2174] Nous utilisons ici le terme d'art numérique par convenance et simplification. Il regroupe en fait plusieurs catégories dont le dénominateur commun est l'emploi de technologies numériques qui ne font pas forcement appel aux ordinateurs. Parmi ces catégories, nous pouvons citer les images de synthèses, l'art interactif, la réalité virtuelle, la réalité augmentée, l'art des algorithmes (les Algoristes), l'art informatique, la musique électronique ou bien encore le Net.art (l'art Internet). Pour notre sujet, il s'agit de se poser la question de savoir si les jeux vidéo peuvent faire partie, et être une catégorie, des arts numériques.

[2175] « Art et ordinateur » dans *Science et vie, numéro hors série informatique 1973*, mars 1973, p. 82 col. 3.

est également à souligner que plus on avance dans notre période d'étude, plus les outils de créations se simplifient, ce qui peut encourager leur utilisation et les élans créatifs.

La réalisation des œuvres peut être partiellement ou entièrement faite au moyen de l'informatique. Il est en effet possible de débuter son travail de manière classique, puis de le poursuivre sur l'ordinateur ou bien d'utiliser uniquement ce dernier dès la base du projet. D'autre part, si l'ordinateur est un outil comme un autre, il peut arriver que les artistes lui laissent une part de création et donc se réservent une part de hasard dans le processus créatif via**,** par exemple**,** la programmation (algorithmes).

Les premières formes d'arts liés aux jeux vidéo

Par rapport aux jeux vidéo, il existe des formes d'arts numériques qui les côtoient, qui se développent en parallèle ou qui s'intègrent même aux programmes ludiques. La presse, et notamment la presse spécialisée, se fait régulièrement l'écho de ces différents mouvements. Durant les années 1980, elle présente quelques exemples d'expositions, d'initiatives ou de créations artistiques en rapport avec la machine informatique[2176]. Plus particulièrement en lien avec les jeux vidéo, notons le développement des images de synthèse (et de l'animation de synthèse), ainsi que le phénomène des « démos » que nous avons déjà évoqué.

Dans le cas des images de synthèse, outre ce que nous avons pu dire dans la partie précédente au moment d'évoquer le cinéma, il faut ajouter qu'elles font véritablement irruption, durant la période que nous étudions[2177], dans de nombreux

[2176] Le but est aussi de montrer, non seulement l'enracinement de l'informatique dans la société, mais aussi que l'ordinateur peut être exploité dans différents domaines et pour autre chose que les jeux vidéo. Par exemple, *Tilt* annonce une exposition dans une galerie parisienne du graphiste Frédéric Voisin dont la particularité est de créer ses œuvres à l'aide de l'ordinateur *Macintosh* d'Apple. Autre illustration, à Rennes est organisé**e** du 28 mai au 5 juin 1988 la seconde édition du Festival des Arts électroniques. Voir : « Electro fun art » dans *Tilt*, n° 32, juin 1986, p. 66 col. 2 ; « *Tam tam soft* : 2e festival Art électronique de Rennes » dans *Tilt*, n° 56, juillet/août 1988, p. 128.

[2177] C'est surtout visible à partir de la fin des années 1980. Au niveau économique, le marché de ce nouveau type d'image réalise en 1988 un chiffre d'affaire de 10 milliards de francs (152 449 0172,37 euros). « *Tilt journal* : Imagina » dans *Tilt*, n° 54, mai 1988, p. 12 col. 1.

domaines aussi bien artistiques, industriels, ludiques que dans les médias[2178]. Elles sont, de plus, une part importante du festival Imagina qui se dédie depuis 1980 aux nouvelles formes d'images. Pour ce qui est des « démos »[2179], rappelons qu'il s'agit de programmes à vocation artistique dont le but premier est de pousser l'ordinateur dans ses limites, de réaliser des prouesses en termes de programmation pour démontrer son savoir-faire. Leur conception est le fruit d'un groupe constitué généralement de trois personnes (un musicien, un graphiste et un programmeur). L'assimilation aux jeux vidéo provient notamment des machines utilisées qui sont des ordinateurs réputés de loisirs**,** et surtout de jeux**,** comme l'*Atari ST*, l'*Amiga*, le *C64* ou l'*Apple II*. Il se dégage ainsi de ces programmes, de par leurs graphismes et leur côté sonore, un ton qui fait résolument penser aux logiciels ludiques. De plus, des groupes de pirates se servent de « démos » pour signer les logiciels dont ils ont réussi à casser les protections.

Le jeu vidéo est un art

Toutes ces correspondances, ces liens**,** amènent à considérer les jeux vidéo comme un art qui donne naissance à un mouvement les revendiquant comme tel. Les partisans de cette thèse avancent plusieurs arguments pour expliciter et prouver la valeur artistique de ce domaine. Par exemple, le journaliste Pierre Gautier écrit dans un article consacré à la question :

« Le jeu vidéo sera assurément le dixième -certainement le moyen d'expression aux implications les plus importantes. D'abord parce qu'il remet radicalement en cause le rapport entre le public et l'œuvre. Ensuite parce qu'il ouvre des horizons de création inédits. Enfin parce qu'il pose avec une intensité sans précédent la question des rapports ténus entre le réel et le virtuel »[2180]

Un créateur comme Eric Chahi pense :

[2178] La presse spécialisée dans les jeux vidéo leur consacre assez souvent des articles. Un magazine comme *Joystick Hebdo* réserve même une rubrique régulière à ce nouveau type d'images. « *Le miroir aux illusions* » dans *Joystick Hebdo*, n° 13, 1er février 1989, p. 29 col. 1.
[2179] Brisou (Mathieu), Julienne (François), « Démos et merveilles » dans *Tilt*, n° 91, juin 1991, p. 94 col. 1.
[2180] Gautier (Pierre), « *Dossier* : le jeu vidéo en tant qu'art, part 1 » dans *Polygonweb.online.fr*, octobre 2000, http://polygonweb.online.fr/art.htm

« qu'aujourd'hui c'est déjà une forme d'art, si on considère l'art dans un sens très large »[2181]

Cependant, il précise que le côté artistique se ressentait davantage à l'apparition des jeux vidéo, via un véritable bouillonnement créatif, car il n'y a pas de model existant, et tout est alors à inventer. De plus, les élans artistiques sont encouragés par les limitations des matériels ou bien encore la recherche de nouveaux concepts qui priment sur les cotés techniques. Globalement, une grande partie des créateurs de jeux pensent qu'ils travaillent dans un domaine artistique (à défaut d'un véritable consensus sur la reconnaissance du jeu vidéo comme art). Leur conviction est fondée sur le fait que leur travail implique, non seulement un savoir faire (notamment technique), mais aussi qu'il reflète leur talent créatif et une sensibilité personnelle[2182].

Ensuite, nous trouvons deux autres arguments revenant régulièrement pour montrer la perception du jeu vidéo comme art et qui peuvent, par ailleurs, être couplés à ce que nous venons de dire. Le premier, nous l'avons déjà abordé précédemment, puisqu'il s'agit de l'analogie entre les jeux vidéo et le cinéma. Sans y revenir, nous pouvons ajouter qu'il s'agit d'établir un parallèle pour montrer que les jeux vidéo évoluent comme le cinéma l'a fait au cours de son existence, passant d'un divertissement de foire au septième art. En outre, comme lui, ils sont un spectacle à la fois commercial, démonstratif et populaire. Sans compter les éléments communs, notamment visuels (photographie/graphisme, mise en scène). Ainsi, pour les tenants de cet argument, les jeux vidéo disposent des mêmes éléments que le cinéma (en plus d'avoir ses propres caractéristiques) pour être un art. Tout du moins, il n'y a aucune raison pour qu'ils n'évoluent pas dans ce sens.

La seconde justification est peut être plus basique mais elle est aussi la plus utilisée et la plus répandue. Elle fait des jeux vidéo un art d'addition et d'emprunt qui mêle et incorpore plusieurs autres arts comme le dessin[2183], la musique, l'animation,

[2181] Nordine, « Eric Chahi : l'interview, 1er partie» dans *Grospixels.com*, 25 juillet 2003, http://www.grospixels.com/site/chahi.php
[2182] Bliss, « Parole d'artistes : les jeux vidéo sont-ils de l'art ? » dans *Overgame.com*, 3 octobre 2001.
[2183] A ce propos, notons l'hypothèse autour des jeux vidéo en trois dimensions. Leur spatialité reposerait sur une combinaison de la peinture de la Renaissance, d'une géométrie typologique moderniste et de méthodes dynamiques issues du cinéma. En outre, cette représentation, et notamment les vues à la première personne,

l'écriture, mais aussi la programmation. A ce propos, la vision du rédacteur en chef du magazine *PC Jeux* est caractéristique :

« Je vais aller plus loin que ça : je pense que c'est l'art le plus difficile. Tu dois allier le visuel, le son, l'écriture... Le jeu vidéo regroupe tous les modes de création déjà existants, et en plus il faut que l'ensemble soit interactif et que les gens aient envie d'y jouer. »[2184]

Cette caractéristique fait de la conception de logiciels ludiques un art complexe et difficile car il faut non seulement harmoniser ces différentes matières mais aussi rendre l'ensemble interactif, cohérent et intéressant pour les joueurs[2185].

Spécificité des jeux vidéo, l'interaction est vue également comme l'un des points essentiels qui permet de différencier ces jeux des autres arts, mais aussi de lui donner une caractéristique artistique sans équivalent. Pour Pierre Gautier :

« le but ultime du jeu vidéo en tant qu'art, c'est de faire vivre à son public une expérience complète, immersive. »[2186]

L'interactivité offre aux joueurs les clefs de la création du jeu vidéo[2187]. Sans eux, il n'y a aucune expression et celui-ci ne prend pas vie. De cette manière, ils sont en quelque sorte eux-mêmes des artistes qui créent leurs œuvres à la volée durant leur partie/le temps du jeu. D'autre part, les jeux se présentent comme des mondes constamment en mouvement qui ne sont donc pas figés et qui se construisent et réagissent en fonction des choix des joueurs.

---

combinerait la multiplicité des points de fuite et l'accumulation des strates à l'infini. Roustan (Mélanie, sous la direction de), *La pratique du jeu vidéo : réalité ou virtualité ?*, L'Harmattan, 2003, 224 p. ; p. 206 et 208.

[2184] Gaultier (Pierre), « *Interview* : Cyril Berrebi » dans *Polygonweb.online.fr*, décembre 2001, http://polygonweb.online.fr/berreb.htm

[2185] Ichbiah (Daniel), « *Bâtisseurs de rêve : enquête sur le nouvel eldorado des jeux vidéo* », Paris, First Documents, 1997, 430 p. ; p. 18.

[2186] Gautier (Pierre), « *Dossier* : le jeu vidéo en tant qu'art, part 1 » dans *Polygonweb.online.fr*, octobre 2000, http://polygonweb.online.fr/art.htm

[2187] Fortin (Tony), « Cathédrales de feu » dans *Planetjeux.net*. Lien introuvable

A ceci viennent s'ajouter d'autres éléments propres aux jeux vidéo comme les interfaces et les théories de jeu de ce domaine[2188]. De même, des mouvements comme les modifications, que nous avons déjà vues[2189], et qui visent à modifier les structures internes des logiciels ludiques, ou bien d'autres spécialités qui elles, les détournent[2190], sont d'autant d'arguments qui montrent le caractère créatif des joueurs et l'aspect artistique de ces jeux.

Les créateurs de jeux sont des artistes

En dehors des programmes ludiques, deux autres facteurs apportent un soutien au fait de considérer les jeux vidéo comme un art. Le premier est un mouvement qui est attesté, durant la période étudiée, mais qui n'est pas pour autant constant. Il se fait jour durant les années 1980 et au début des années 2000. Il vise à faire reconnaître les créateurs de jeux vidéo comme des auteurs**,** et donc comme des artistes, à la manière des auteurs d'œuvres littéraires, des compositeurs de musique ou des réalisateurs de films. Cette revendication est née aux Etats-Unis[2191] (à la fin des années 1970) et elle trouve de nombreux soutiens en France**,** comme le magazine *Tilt*[2192], ou un créateur comme Philippe Ulrich qui met en place chez Ere Informatique (et dans une moindre mesure chez Cryo) une politique dite « d'auteurs ». Les buts d'une telle affirmation sont à la fois artistiques (reconnaissance de la discipline, valorisation d'un secteur) mais aussi économiques. Il s'agit de définir un statut pour les jeux vidéo afin de régler les questions relatives aux droits d'auteurs ou même au piratage. Néanmoins, cette idée ne s'impose pas véritablement et seuls quelques noms parviennent à se détacher et à être

[2188] Hartas (Leo), Morris (Dave), traduit par Radenac (Fabrice),*Game Art : les graphismes des jeux vidéo*, Paris, Pyramid éditions, 2003, 192 p. (coll. « *Bloc-notes publishing* »), p. 8.
[2189] Voir p. 206.
[2190] Nous pensons par exemple à la discipline nommée « machinima » dont le nom provient d'un mot valise constitué de machine, image et cinéma. Il s'agit le plus souvent d'animations réalisées au moyen des moteurs graphiques des jeux vidéo. Si les outils de modifications des jeux servent à créer ce genre de films, il arrive aussi que certaines fonctions implantées directement dans les jeux soient utilisées pour raconter des histoires.
[2191] Elle apparaît parce que les constructeurs de consoles (Atari notamment) refusent qu'un autre nom que la marque soit mis en avant dans les jeux. Les logiciels ludiques sont la création de l'entreprise et non pas celle des équipes de développement. Comme nous avons pu déjà l'évoquer, cette règle mène à des désaccords qui aboutissent à la création du premier éditeur tiers (Activision).
[2192] Dans ce magazine (et plus généralement dans la presse dédiée aux jeux vidéo), cette idée se retrouve à la fois dans plusieurs articles (sans pour autant que leurs sujets tournent autour des auteurs ou du côté artistique des jeux vidéo), mais aussi dans les publicités dont certaines (surtout dans la première partie des années 1980) mentionnent le nom du créateur du jeu (avec parfois un rappel de ses précédentes productions).

synonymes d'auteurs, de créateurs de jeux vidéo, pour les joueurs (puis pour les médias grand public).

Développement des expositions ou de musées autour des jeux vidéo

Le second facteur qui peut aider à penser que le jeu vidéo est un art, c'est le développement, à la fin de notre période d'étude, d'expositions autour des jeux vidéo. Par exemple, en 2002, *Libération* évoque l'exposition dans deux galeries d'art contemporain d'œuvres qui sont liées aux jeux vidéo :

« D'un côté, le crash comme ultime performance. De l'autre, l'extermination sanguinolente de collectionneurs d'art. Pierre Giner et le collectif Kolkoz n'ont pas grandi ensemble dans les salles d'arcade, mais ces artistes contemporains, qui exposent dans deux galeries parisiennes, usent des mêmes ficelles pour détourner les codes les plus évidents du jeu vidéo, telle la violence des Doom, Quake et autres Half-Life. Leurs jeux sur le jeu dépassent la seule parodie référentielle pour plaire aux hardcore gamers (joueurs forcenés), mettant le doigt là où ça fait mal dans nos sociétés marchandisées, technologisées et déshumanisées, la déréalité, le trop-plein d'images et la perte de l'intime. »[2193]

Ces artistes utilisent le jeu vidéo pour présenter des œuvres qui ne sont pas finies et qui proposent aux spectateurs d'en faire partie grâce à l'interactivité. La démarche du premier créateur (Pierre Giner) est la suivante :

« Comme dans d'autres pièces de Giner, Some Crashes réduit l'interactivité pour introduire des espaces de concentration, dit-il. Le spectateur au volant, après une phase de jubilation, finit par se poser des questions bêtes : où vais-je ? Est-ce que ça sert à quelque chose d'accélérer ? Pourquoi est-ce que j'aime me jeter dans le vide dix fois d'affilée ? »[2194]

Quant à l'autre œuvre :

[2193] Rivoire (Annick), « *Culture* : les jeux vidéo explosent la galerie » dans *Libération.com*, 14 mai 2002, http://www.liberation.fr/culture/0101412747-les-jeux-video-explosent-la-galerie
[2194] *Ibid.*

« Achetez dès aujourd'hui ce que vous possédez déjà», propose Kolkoz à ces amateurs qui peuvent ainsi se payer une «résidence de jeu vidéo pour collectionneurs d'art contemporain». Les volontaires se font doubler contre 10 000 à 14 000 euros : leur clone grossier, qui devrait être lesté d'intelligence artificielle, peut se transformer en tueur en série qui défouraille à tout-va, provoquant des gerbes de sang sur les tableaux »[2195]

Ces expositions peuvent avoir un lien explicite avec l'art[2196] comme nous venons de le voir mais, le plus souvent, elles concernent la culture du jeu vidéo plus que son côté artistique. Généralement, elles présentent l'histoire de ce loisir avec**,** notamment**,** une description de diverses machines ludiques (consoles, ordinateurs)[2197]. Toutefois, notons que ce type de manifestation est rare en France. De même, nous pouvons évoquer des ouvrages**,** édités uniquement au Japon, qui référencent les ludothèques des consoles de jeux, ce qui peut être comparé à des catalogues d'expositions.

Le jeu vidéo n'est pas un art

La thèse présentant les jeux vidéo comme un art ne fait pas l'unanimité. Ainsi, à l'opposé, l'opinion qui veut que ce loisir ne soit pas un art existe et elle regroupe ses propres partisans. Précisons que nous trouvons plusieurs niveaux dans cette théorie car**,** à ceux qui sont catégoriques, il faut ajouter ceux qui pensent qu'il s'agit d'un art en devenir mais qui n'a pas encore atteint ce stade et ni ce statut.

Un problème de technologie

[2195] *Ibid.*

[2196] Par exemple, en septembre 2001, durant la sixième biennale d'art contemporain de Lyon, une exposition mélange art et jeux vidéo. Genvo (Sébastien), « *Introduction aux enjeux artistiques et culturels des jeux vidéo* », Paris, L'Harmattan, 2002, 89 p. ; p. 74.

[2197] Comme en 2002 avec l'exposition *Game On* qui se tient à Londres notamment (elle montre aussi des croquis, des schémas et même des lignes de codes informatiques de cinq titres). Cette exposition est présentée en 2004 à Lille. Nous pouvons aussi citer un musée nommé *Videotopia*, crée aux Etats-Unis en 1996, à Pittsburgh (au Carnegie Science Center). Voir : Ducluzeau (Tristan), « *Game On* : l'âme et l'histoire du jeu vidéo » dans *Joypad*, n° 123, octobre 2002, p. 72. Col. 2. ; « Brève histoire des jeux vidéo (3/8) » dans *Grospixels.com*, http://www.grospixels.com/site/historyc.php

Parmi les arguments avancés, le plus commun se réfère au caractère technologique des jeux vidéo. En effet, les programmes ludiques ont une forte dépendance à la technologie et aux progrès informatiques, particulièrement aux effets visuels. Les aspects créatifs sont réduits au minimum en raison des impératifs imposés par les éditeurs qui**,** bien souvent**,** veulent mettre l'accent sur l'habillage ou sur les tendances commerciales du moment[2198]. En conséquence, de nombreux jeux vieillissent prématurément[2199]. Le jugement des joueurs sur leur esthétisme leur fait alors perdre le statut d'œuvre d'art qu'ils avaient pu obtenir au moment de leur commercialisation. Dans ce domaine, il y a donc une marche en avant constante qui demeure incompatible avec la notion d'art. De plus, en raison du fonctionnement de l'industrie des jeux vidéo, il n'y a aucune incitation à les voir comme de l'art. Pour une majorité de joueurs et de consommateurs, les jeux vidéo ne sont que des produits culturels de consommation.

Les jeux vidéo sont un loisir et ils n'ont pas vocation à être un art

Autre justification, le jeu vidéo est avant tout un loisir, un jeu dont la finalité est de divertir ceux qui s'y adonnent. C'est, par exemple, ce que pense Benoît Clerc, un créateur français qui, interrogé sur la question des jeux vidéo et de l'art, répond :

« Non, pas du tout. D'abord parce qu'il y a la pression du marché, et ensuite parce que la finalité d'un jeu n'est pas artistique : c'est un loisir. Je ne crois pas que la définition de l'art se résume à ça, et le jeu, ce n'est que ça. Que ce soit du jeu vidéo, du jeu de plateau, du jeu de rôle ou du jeu tout court, le principe même d'un jeu fait que ça ne peut pas être un art et que ça ne le sera jamais […] Je ne crois pas que ce soit le but d'un artiste de faire de l'entertainment. »[2200]

Le jeu vidéo n'a ainsi aucune vocation artistique et il faut le mettre au même niveau que d'autres jeux comme les jeux de société ou les jeux de rôle. La propriété ludique des jeux vidéo s'oppose à son accession au panthéon des arts. Il en est de

[2198] Gaultier (Pierre), « Le passé a-t-il un avenir ? » dans *Polygonweb.online.fr*, octobre 2000, http://polygonweb.online.fr/avenir.htm
[2199] C'est particulièrement vrai pour les jeux qui axent tous leurs attraits sur les critères graphiques et sonores, mais aussi en ce qui concerne les jeux en trois dimensions.
[2200] Gaultier (Pierre), « *Interviews* : Benoît Clerc » dans *Polygonweb.online.fr*, juillet 2001, http://polygonweb.online.fr/clerc.htm

même pour la jeunesse du secteur[2201]. Le jeu vidéo n'a pas encore assez de maturité pour prétendre être de l'art, aussi bien pour des raisons de technique que dans l'absence de créateurs qui se sentent artistes et qui veulent s'exprimer à travers ce médium numérique.

Une question juridique mais aussi d'acceptation dans la société

Enfin, la revendication des jeux vidéo comme art est essentiellement dictée par des raisons qui n'ont pas de liens avec des préoccupations artistiques. Tout d'abord, il s'agit de les assimiler à de l'art pour des questions juridiques et de statuts de la profession. En outre, cette reconnaissance est recherchée par les professionnels aussi pour des raisons financières car elle peut permettre de faire des demandes de subventions d'Etat accordées aux domaines culturels et artistiques. Ensuite, il s'agit d'un argument, perçu comme imparable par de nombreux joueurs, pour faire accepter les jeux vidéo et leur pratique (au plus grand nombre) et surtout faire taire les critiques.

Conclusion : un domaine entre art et culture

Les jeux vidéo sont-ils un art parmi les arts numériques qui apparaissent et se développent durant notre période d'étude ? Nous ne pouvons pas répondre catégoriquement à cette question car elle n'est pas tranchée durant la période que nous étudions[2202]. Comme nous avons pu le voir, il existe des arguments qui montrent à la fois que les jeux vidéo peuvent être considérés comme un art et d'autres, au contraire, qui s'opposent à ce statut. Nous avons pu nous rendre compte qu'ils possèdent un certain sens artistique. Il y a de nombreux emprunts et des amalgames avec d'autres arts, mais aussi des notions, des éléments qui leurs sont spécifiques et qui peuvent leur donner cette dénomination. Cependant, ils sont avant tout créés pour le divertissement, et non pas comme des œuvres d'art, et c'est en tant que jeux qu'ils sont perçus par le plus grand nombre. Il est également intéressant de noter cette volonté, qui s'exprime à l'aube de l'an 2000, d'imposer le

[2201] Jolivart Bernard, *Les jeux vidéo*, Paris, PUF, 1994, 128 p. (coll. «*Que sais-je?»)*; p. 42.
[2202] Elle est toujours source de débats après la période étudiée et, globalement, durant toute la première décennie du 21e siècle.

jeu vidéo comme un art, sans possibilité de remettre en question cette affirmation. Nombreux sont les joueurs et les professionnels à prôner cet argument « refuge » pour défendre leurs positions économiques ou leurs points de vue (valoriser et justifier la pratique). C'est ainsi que la comparaison avec le cinéma est utilisée et mise en exergue ou bien encore que quelques jeux sont élevés au rang de chef d'œuvre pour l'exemple[2203].

La difficulté de dire si, oui ou non, les jeux vidéo sont un art peut être liée à une des évolutions enclenchées par la présence de plus en plus grande des écrans dans la société. Dans une synthèse sur l'enquête de 2008 des pratiques culturelles des français, Olivier Donnat indique que :

« les conditions d'accès à l'art et à la culture ont profondément évolué sous l'effet conjugués de la dématérialisation des contenus, de la généralisation de l'Internet à haut débit, et des progrès considérables de l'équipement des ménages en ordinateurs, consoles de jeux et téléphones multimédias […] Cette évolution a définitivement consacré les écrans comme support privilégié de nos rapports à la culture tout en accentuant la porosité entre culture et distraction, entre le monde de l'art et ceux du divertissement et de la communication. »[2204]

Nous pouvons constater que les jeux vidéo représentent cette tendance en se positionnant aux frontières du divertissement, de l'art et de la culture. Il est probable qu'ils soient, avant l'ordinateur et Internet, les premiers spécimens de cette évolution. De cette manière, la question centrale de ce paragraphe ne peut pas vraiment avoir de réponse parce que les jeux vidéo sont un domaine aux multiples visages qui englobe plusieurs réalités. Nous pouvons dire qu'ils ont la capacité d'être un art, comme celle d'être juste des jeux pour le simple divertissement de ses utilisateurs.

Il nous apparaît néanmoins, qu'au cours de la période étudiée, ils gagnent surtout une légitimité culturelle. Ils accèdent ainsi au rang de culture : une culture

[2203] Nous pouvons citer par exemple *Rez* sur *Dreamcast*, *Zelda : Ocarina of time* sur *Nintendo 64*, *Metal Gear Solid* sur *Playstation*, ou bien encore *Ico* sur *Playstation 2*. Voir annexe jeux p. 129, p. 136, p. 146 et p. 167.
[2204] Donnat (Olivier), « *Les pratiques culturelles des Français à l'ère numérique, éléments de synthèse 1997-2008* », culture études, octobre 2009, 12 p. ; p. 2 col. 1.
http://www.pratiquesculturelles.culture.gouv.fr/doc/08synthese.pdf

estampillée jeux vidéo apparaît et elle se répand progressivement dans la société, à mesure que ce loisir touche de plus en plus de personnes. Elle est peu à peu connue/reconnue d'une majorité du public (y compris de ceux qui ne sont pas adeptes de la pratique) mais aussi revendiquée par les joueurs.

2) Jeux, culture et société

a) Les jeux vidéo comme une culture

Comme nous venons de le mentionner précédemment, durant la période que nous étudions, le jeu vidéo s'affirme comme une culture. Ce statut culturel est un sujet discuté, revendiqué et qui fait débat, comme pour les questions relatives au caractère artistique de ce secteur, principalement à la fin des années 1990 et au début des années 2000. C'est précisément à cette époque qu'il y a une véritable prise de conscience de l'existence d'une culture liée aux jeux vidéo. Celle-ci est, non seulement de plus en plus visible, mais aussi elle commence à intéresser les joueurs, les journalistes, ainsi que les universitaires.

L'apparition d'une culture liée aux jeux vidéo

La « culture jeu vidéo » est une culture qui se construit au fur et à mesure des évolutions de ce loisir, des transformations de son industrie, et de sa progression de la pratique dans la société. Durant les années 1980, c'est une culture qui n'existe pas réellement par (et pour) elle-même, puisqu'elle est partie intégrante de la culture informatique, qui se répand grâce à la démocratisation des ordinateurs familiaux. Les jeux vidéo participent à cette première vague de développement[2205], en étant (nous l'avons déjà mentionné) l'une des applications phares de l'ordinateur à la maison (avec la programmation et les logiciels créatifs). C'est d'ailleurs en partie grâce à eux que l'ordinateur trouve généralement une utilité chez les particuliers (à cette époque).

L'émergence de cette culture est également à rapprocher au début du 21e siècle, du développement des technologies issues du numérique qui apparaissent et se répandent dans la société, à la fois par le biais des productions culturelles et des biens de consommation[2206]. Les jeux vidéo font partie de ce « mouvement

[2205] Rappelons que la seconde vague de développement des micro-ordinateurs chez les particuliers a lieu à la fin des années 1990 et au début des années 2000, avec la baisse générale du prix du matériel informatique, couplé à l'arrivée (et au développement) d'Internet.

[2206] Ainsi, nous y insérons Internet et l'informatique, le cinéma (apparition du support DVD, formats de fichiers vidéos numériques comme le AVI, le DivX, le Xvid, le MKV), la musique (développement du format d'écoute MP3, baladeur numérique), mais aussi des produits qui évoluent comme les téléphones mobiles ou les appareils photos numériques (et leurs formats d'image numérique, tels que le RAW ou le JPEG).

digital »[2207], dont l'un des buts premiers est le divertissement, et dont la diffusion dans la société coïncide avec sa recherche de plus en plus grande de loisirs[2208]. Ajoutons aussi qu'ils représentent et qu'ils amènent d'une certaine façon, les jeux de société traditionnels vers le numérique, sans pour autant être totalement liés à leur mouvement et à leur culture.

Les caractéristiques de la culture issue des jeux vidéo

Les jeux vidéo sont à la base d'une culture à la fois uniforme et hétérogène, dont les principaux éléments sont reconnus de la globalité de la communauté des joueurs (et même au-delà), mais qui reflètent aussi les différentes réalités de la pratique. Nous pouvons dire qu'elle comporte un ensemble de « sous cultures » liées à la division entre les machines de jeux (ordinateur d'un côté, console de l'autre), ainsi qu'aux genres de jeux existants. Ces variétés se répercutent sur les joueurs qui les intègrent, et elles se reflètent dans leurs profils et leurs connaissances[2209]. Par exemple, une des différences les plus notables consiste, en plus des types de jeux spécifiques aux machines, dans le caractère très japonais des consoles, alors que les ordinateurs et leurs jeux demeurent profondément occidentaux.

Cette culture dispose de plusieurs composantes qui permettent de l'identifier et de la définir. Les premières sont relatives aux jeux eux-mêmes. Des aspects des programmes ludiques sont caractéristiques comme les graphismes et les sons principalement issus des ères 8 bits et 16 bits[2210]. Ainsi, des images des jeux, des personnages, des actions effectuées durant la partie[2211], des musiques ou bruitages symbolisent cette culture auprès du public (joueur ou pas joueur). Il en est de même pour certaines manipulations réalisées par les joueurs, au moyen de la manette de

[2207] Notons qu'en France, à la fin des années 1990, avec l'arrivée du support CD-ROM (puis DVD-ROM) pour les ordinateurs et les consoles, les ventes de jeux vidéo peuvent être comptabilisées, selon les classements, parmi les produits culturels.
[2208] La société de la fin du 20e siècle et du début du 21e siècle est une société qui voit la multiplication des possibilités de divertissements et de loisirs. Par exemple, outre les sorties comme les concerts, le cinéma, les parcs d'attraction ou les lieux et événements culturels, il faut ajouter dans un cadre privé, la lecture, la télévision et ses compléments (programmes télévisés, lecture de film DVD), l'informatique, et les jeux vidéo.
[2209] Nous avons pu voir, analyser et discuter de ces variétés (de leurs dissemblances et leurs ressemblances) dans les paragraphes consacrés aux machines ludiques, aux genres de jeux vidéo ou bien encore aux joueurs.
[2210] Constatons qu'il s'agit aussi d'éléments qui participent au caractère artistique des jeux vidéo.
[2211] Par exemple, comme les sauts effectués par Mario (dans la franchise *Super Mario Bros*) sur la tête de ses ennemis ou pour prendre un champignon (bonus dans le jeu). Il en est de même pour certains coups de jeux de combats tels que le « *dragon punch* » (sorte d'uppercut) ou le « *hadoken* » (boule de feu) de *Street Fighter 2*.

jeux (durant les parties), qui en les marquant, deviennent d'une certaine façon « cultes »[2212].

De plus, il faut reconnaître la capacité des jeux vidéo à créer leurs propres classiques. Ces derniers sont généralement des titres (ou des franchises de jeux) qui sont reconnus pour leurs grandes qualités (techniques et ludiques), dont certains sont aussi des succès commerciaux. Notons qu'ils font généralement partie des nombreuses références des créateurs, qui sont susceptibles de s'en inspirer. De la même façon, nous pouvons voir parfois dans les jeux, des allusions (voire des hommages) à d'autres logiciels ludiques, à une marque ou à une machine de jeux. Par exemple, dans le jeu *Rome AD92* sur *Amiga*, un personnage (un consul) est nommé Seganus Megadivus, en référence à la console *Megadrive* de Sega[2213].

Les éléments qui montrent l'existence de la culture du jeu vidéo

Aux côtés des programmes proprement dits, des éléments externes viennent enrichir cette culture des jeux vidéo, la faire vivre, mais aussi et surtout montrer son existence au public. Ces derniers permettent (et parfois ont pour but) de transmettre l'idée que les jeux vidéo sont une vraie culture, plus qu'un simple loisir. Parmi ceux-ci, nous pouvons citer les médias, avec principalement la presse spécialisée[2214], Internet, ainsi que quelques émissions de télévision[2215]. De plus, il faut noter l'apparition, comme nous avons pu déjà le mentionner, d'un lexique et donc d'un langage spécifique à la pratique et aux joueurs[2216], sans oublier des lieux dédiés, principalement les magasins spécialisés.

[2212] Nous pensons à des astuces et à des coups des jeux de combats, réalisés avec la manette de jeux par combinaisons de touches.
[2213] Lacombe (Marc), « *Rome AD92* » dans *Tilt*, n° 111, février 1993, p. 108 col. 2.
[2214] Signalons l'initiative du magazine *Joypad* qui, pour son centième numéro, réalise une couverture noire et blanche, montrant un extra-terrestre du jeu *Space Invaders*. Elle fait ainsi directement référence à l'action de ce jeu, mais aussi plus globalement à la culture du jeu vidéo, en faisant une allusion à l'histoire du secteur, aux jeux des années 1980, et à l'image du « *pixel* ». Voir annexe presse p. 177.
[2215] Nous pensons notamment à l'émission *Cyber culture* sur la chaîne Canal Plus, diffusée de 1995 à 1999 de manière mensuelle (elle fait écho aux quotidiennes nommées *Cyber Flash* et misent à l'antenne de 1996 à 1999). Il s'agit d'un programme d'informations sur les nouvelles cultures en relation avec l'informatique, Internet et surtout les jeux vidéo. « *Les interviews* : Chine Lanzmann » dans *abandonware-videos.org*, 11 juin 2007, http://www.abandonware-videos.org/interviews.php#3
[2216] Rappelons que le socle commun du langage des joueurs est enrichi de sous-lexiques liés aux types de machines ludiques (ordinateurs, consoles), mais surtout aux genres de jeux. Ainsi, des termes spécifiques sont employés en ce qui concerne par exemple les jeux de combats ou les jeux de rôle massivement multijoueur (en ligne). Toutefois, les joueurs peuvent aussi les utiliser dans un cadre plus général. Citons, par exemple, *afk* :

Poursuivons par la littérature dédiée à ce loisir, ainsi que le thème du jeu vidéo comme sujets d'études. Ces deux points sont plus ou moins liés, et ils montrent surtout par leur développement, un intérêt dans l'analyse et l'explication des jeux vidéo, mais également selon nous, une prise de conscience d'une culture issue des jeux vidéo.

C'est durant cette même période que les jeux vidéo commencent à devenir un objet d'étude, notamment universitaire. Ce mouvement débute aux Etats-Unis (plus généralement dans les pays anglo-saxons) et dans les pays nordiques[2217], et il touche la France, plutôt à partir de la fin des années 1990 et au début des années 2000. Le développement des études sur ce thème est à mettre en liaison avec la propagation des jeux vidéo dans la société, mais aussi avec l'arrivée d'une génération de chercheurs qui ont grandi avec ce loisir. Il se matérialise par la publication d'ouvrages scientifiques, de comptes-rendus de colloques ou bien de la tenue de journées d'études[2218]. Les jeux vidéo sont analysés principalement dans le champ des sciences humaines et sociales, mais aussi dans les sciences de l'information et de communication. Ils peuvent être au centre des recherches, ou bien alors être intégrés à des questions plus générales concernant les nouvelles technologies, le multimédia, les images (cinéma, réalité virtuelle, images de synthèse) et les loisirs. Toutefois, il faut remarquer que ce sujet est surtout étudié en France (durant notre période d'étude) par des sociologues et par des chercheurs œuvrant dans des disciplines liées aux psychismes (psychologie, psychanalyse, psychiatrie)[2219].

---

away from keyboard (loin du clavier), *boss* (chef de fin de niveau), combo (enchaînement de coups), ou bien encore PVP, contraction de l'anglais *Player versus Player* (*Joueur contre Joueur*). On peut également ajouter tous les termes liés aux techniques de créations de jeux comme *clipping* (apparition du décor dans les jeux vidéo en trois dimensions au fur et à mesure de l'avancement du joueur dans le niveau), ou *aliasing* (crénelage : effet d'escalier non voulu sur les courbes et les diagonales des objets, du décor, de personnages dans les jeux en trois dimensions).

[2217] Roustan (Mélanie, sous la direction de), *La pratique du jeu vidéo : réalité ou virtualité ?*, Paris, L'Harmattan, 2003, 224 p. ; p. 17.

[2218] En novembre 2002, la Bibliothèque Nationale de France a notamment organisé une journée d'étude intitulée « Jeux vidéo : culture et patrimoine ».

[2219] Notons que les médias généralistes (presse, télévision) apprécient fortement les questionnements et les réflexions issus de ces disciplines (la violence des jeux vidéo, l'addiction, ou les répercussions de la pratique sur les enfants et les adolescents). Les interrogations vont presque toujours dans un sens unique, à savoir celui de connaître les effets positifs ou négatifs des jeux vidéo.

L'histoire des jeux vidéo

Concluons ce paragraphe par la question de l'histoire des jeux vidéo, qui nous semble être un des éléments essentiels de la reconnaissance culturelle de ce secteur. En effet, c'est surtout avec cette matière qu'est véhiculée l'idée de la culture des jeux vidéo, à la fin de notre période d'étude. C'est un sujet prisé des passionnés, et dont il est souvent question au début des années 2000. Avant cette époque, cette histoire n'est pas abordée, et elle ne constitue pas une thématique de choix pour les analystes ou la presse spécialisée. Toutefois, elle apparaît sporadiquement et de manière superficielle, essentiellement sous la forme de repères chronologiques.

C'est réellement à l'aube du 21e siècle, qu'il y a un intérêt pour ce type d'histoire, avec une volonté d'examen et de diffusion. Cependant, notons qu'aucun historien professionnel ne s'engage dans son étude, qui reste alors le fait d'amateurs (joueurs passionnés[2220]), et de journalistes spécialisés.

L'histoire du jeu vidéo telle qu'elle est présentée est événementielle, érudite, et elle est centrée sur le loisir uniquement. Ainsi, il n'y a généralement pas de mise en rapport avec le contexte général, et d'analyses avec d'autres thèmes auxiliaires, comme par exemple les loisirs (jeux de société, loisirs culturels). De même, il faut noter que cette histoire est globale. Deux grands axes sont principalement analysés, à savoir d'un côté le matériel et de l'autre les logiciels ludiques[2221]. A ceux-ci viennent s'ajouter des biographies de concepteurs, et des histoires des entreprises du secteur (développeur, éditeur, constructeur). Les historiens amateurs ne se sont pas particulièrement intéressés, durant cette période d'étude et sauf exceptions[2222], à l'histoire des jeux vidéo en France[2223]. Cette tendance peut s'expliquer, semble-t-il,

[2220] Il est à noter que c'est un thème qui est souvent fortement lié au mouvement du rétroludique

[2221] Les informations proposées se rapportent généralement aux fiches techniques, à la conception de la machine ou au développement du jeu, aux prix, à la date de commercialisation, à l'histoire du jeu et à la façon de jouer pour un logiciel ludique, mais aussi aux ressentis et à l'accueil des joueurs (envers les produits ludiques).

[2222] Comme, par exemple, l'époque des ordinateurs 16 bits avec un regard sur la « *french touch* ».

[2223] On peut souligner qu'aux Etats-Unis, les passionnés et les journalistes américains se sont davantage intéressés à l'histoire des jeux vidéo de leur pays. Notamment, ils se sont concentrés sur la première partie des années 1980, lorsque l'Amérique domine le secteur, mais aussi à l'époque de l'arrivée de la *NES* de Nintendo (nous pensons particulièrement au livre *Generation Nintendo* de David Sheff), et à l'antagonisme entre cette marque et Sega.

parce que ces amateurs utilisent des sources qui proviennent essentiellement d'Internet[2224] ou de leur propre collection.

L'histoire des jeux vidéo est également un thème lié à la question de la conservation du patrimoine « videoludique », ainsi qu'aux initiatives d'expositions et de musées voués à ce secteur. La conservation des anciens jeux vidéo est un point important dans le sens où les jeux vidéo sont un loisir technologique, porté vers les nouvelles technologies. Ainsi, à la disparition ou à la rareté de certaines sources ludiques (console, ordinateur, support de jeux), il faut ajouter l'obsolescence (technique) qui les rendent inutilisable. Conserver les anciens jeux vidéo est donc crucial, non seulement pour une question historique, mais aussi pour permettre une instruction et une éducation du public[2225].

A partir de la fin des années 1990, apparaissent, notamment chez les Anglo-saxons, les premiers musées du jeu vidéo, et où sont exposés des consoles et des jeux anciens. De la même façon, nous pouvons attester de l'existence de sites Internet spécialisés, qui sont de véritables musées virtuels, notamment sur le matériel, avec des fiches détaillées sur les consoles et les ordinateurs. Ajoutons aussi les sites qui proposent des émulateurs et des fichiers informatiques des jeux (des « *ROM* ») qui fonctionnent le plus souvent sur *PC*. Ce dernier type de site a l'avantage de permettre aux joueurs d'essayer immédiatement les jeux et de se confronter ainsi facilement à l'histoire des jeux vidéo.

En outre, il faut noter l'initiative peu connue (des joueurs) de la Bibliothèque Nationale de France, qui au titre du dépôt légal, collecte depuis 1992 tous les logiciels édités, distribués ou importés officiellement sur le territoire français, dont les jeux vidéo[2226]. Le fond dédié aux logiciels ludiques compte à la fin de l'année 2002,

---

[2224] Sur Internet, les sites amateurs reprennent des informations provenant de sites américains. Sans oublier, les divers intérêts pour les jeux japonais et le jeu vidéo au Japon. Ainsi, l'histoire est écrite par ces historiens amateurs avec des informations qui ont trait au Japon, aux Etats-Unis, avec quelques mises à jour spécifiques à la France (parfois, il s'agit de souvenirs, ou d'impressions des auteurs).

[2225] Surtout qu'au niveau du commerce (hors marché de l'occasion), et mis à part quelques compilations d'anciens titres, l'histoire des jeux vidéo n'existe pas. Le public n'est donc pas forcement au fait des anciens jeux, et ne peut même concevoir leur existence. Rappelons qu'il est impossible, contrairement à un livre, à un film ou un enregistrement de la musique, de se procurer des titres ludiques datés, que se soit sur le support de stockage d'origine ou en réédition.

[2226] « BNF, la mémoire du jeu vidéo », dans *ITRnews.com*, 10 décembre 2002, http://www.itrnews.com/articles/13961/13961.html

environ cinq mille documents enregistrés[2227], et il regroupe tous les formats existants (console, ordinateur, disquette, CD-ROM, DVD-ROM)[2228]. En plus de cette mission de perception, l'établissement vise aussi à permettre la pérennisation des jeux, en effectuant des sauvegardes des contenus les plus fragiles (disquette par exemple)[2229]. Ces documents ludiques sont en outre accessibles au public (et ils sont donc jouables). Cet archivage de la Bibliothèque Nationale de France montre la prise en compte de ces jeux par une grande institution nationale et publique. Il offre une certaine reconnaissance sociale de ce secteur et de cette pratique ludique, et il procure aux jeux vidéo une dimension d'objet culturel. C'est aussi l'attestation de leur place dans la culture de masse.

Conclusion : une culture de son temps

La culture issue des jeux vidéo est une de ces cultures modernes provenant des nouvelles technologies, qui se répandent dans la société et dans les loisirs à la fin du 20e siècle. Liée à l'informatique et au multimédia, elle devient rapidement une composante des cultures de la jeunesse. Nous pouvons également dire que les jeux vidéo offrent une culture de transition entre la culture audiovisuelle et une culture qui naît du numérique. Si elle s'affirme durant de notre période d'étude, en revanche, sa diffusion auprès du public (y compris le public des joueurs) n'en est qu'à ses balbutiements. Les jeux des années 1980, les *pixels*, les musiques typées 8/16bits, la « *french touch* », les boutiques spécialisées, les magazines dédiés, la tenue d'expositions sont quelques éléments qui la définissent et qui la font exister. Surtout, elle est indissociable et elle est portée par l'histoire des jeux vidéo, qui se développe et commence à mettre en exergue la place de ce loisir dans le patrimoine national.

[2227] L'article consulté indique qu'en novembre 2002, 6200 documents électroniques ont été déposés à la BNF pour cette année. Globalement, la collection se développe rapidement, au fur et à mesure des commercialisations. *Ibid*.

[2228] Notons qu'un même jeu peut se trouver en plusieurs exemplaires. La bibliothèque collecte les différentes déclinaisons des logiciels, ainsi que les éditions pour collectionneur et les éditions économiques. Soulignons aussi que les éditeurs de jeux rechignent à se soumettre au dépôt légal, qu'ils voient comme une contrainte, et ils ne font donc pas parvenir systématiquement leurs produits à l'établissement. *Ibid.*

[2229] Néanmoins, la question de la conservation des machines ludiques demeure un problème (difficulté à réparer les machines en panne, à se procurer les pièces nécessaires, etc.). L'émulation peut être une des solutions, mais en contre partie, elle fait perdre le bénéfice du jeu avec du matériel (et dans les conditions) d'époque.

b) Le futur du jeu vidéo

L'avenir du jeu vidéo est un sujet qui apparaît principalement dans la presse spécialisée tout au long de notre période d'étude. Il est fondé, et il a essentiellement pour base les progrès techniques des nouvelles technologies issues de l'informatique. Nous constatons deux manières de l'envisager, avec d'une part, une conception réaliste de ce futur, et d'autre part, une vision idéalisée.

Une conception réaliste du futur des jeux vidéo

Notre première catégorie se situe dans le domaine du vraisemblable. L'anticipation la plus basique consiste à parler de l'augmentation de la puissance des machines de jeux[2230], laissant espérer la création de programmes ludiques plus riches et plus performants (graphismes, jeu plus diversifié et plus long). Ensuite, les différents intervenants évoquent en général des techniques émergentes ou encore à l'état de prototype, qui sont amenées, à plus ou moins court terme, à se démocratiser à la fois dans la société et dans les jeux vidéo. Nous avons déjà pu parler des disques optiques. Ils sont perçus comme le futur support de stockage des logiciels ludiques, et ils enthousiasment les commentateurs dès 1983[2231]. Cependant, il faut attendre le milieu des années 1990 pour voir la technologie s'imposer sur *PC*, puis sur console[2232]. On peut noter également l'évocation des écrans (de grande taille) à cristaux liquide[2233], l'arrivée des images de synthèse, ou bien encore la démocratisation de la troisième dimension.

L'accès à un réseau pour les ordinateurs est un autre élément envisagé à plusieurs reprises et ce depuis le début des années 1970. En 1973, un hors série dédié à l'informatique du magazine *Science et vie*, parle de « téléinformatique »[2234],

[2230] Graham (Ian), « *Comment jouer avec son ordinateur et sa vidéo* »,Paris, Hachette, 1983, 45 p. ; p. 40.
[2231] Delcourt (Guy), « *Laser story* » dans *Tilt*, n° 15, septembre 1984, p. 16 col. 1.
[2232] L'arrivée du CD-ROM sur console, mais surtout la commercialisation de la *Playstation* et de la *Saturn* sont un moment où la presse spécialisée dédiée aux consoles réalise des comparaisons entre ce support et la cartouche. Les conclusions sont en faveur du disque laser et de sa grande capacité de stockage, malgré l'apparition de temps de chargement durant les jeux. « *Dossier* : CD-ROM: le futur immédiat » dans *Joypad*, n° 1, octobre 1991, p. 18 col. 1.
[2233] Blottière (Jean-Michel), « *Tilt Journal* » dans *Tilt*, n° 24, septembre 1985, p. 8 col. 1.
[2234] Lagnaud (Martin), « Télématique » dans *Science et vie*, *hors série informatique 1973*, mars 1973, p. 91 col. 1.

à la fois comme un nouveau mode de communication et comme le siège de services pour les particuliers. L'auteur d'un des articles, Jean Pellandini prévoie même qu'avant la fin du 20e siècle, l'ordinateur sera « au bout du fil »[2235]. Plus spécifiquement pour le jeu, un éditeur comme Lucasfilm rêve en 1986[2236] de logiciels plus conviviaux où environ un millier d'utilisateurs pourraient jouer ensemble grâce à l'emploi d'un modem et du CD-ROM. Cette perspective du jeu en ligne[2237] devient une évidence, durant la seconde moitié des années 1990, avec l'explosion du réseau Internet et l'apparition, dans des jeux pour ordinateur, d'une telle option (le jeu en ligne).

En termes de logiciel, certains genres, certains types de jeux sont perçus comme étant promis à un développement important, ou à une demande soutenue de la part des joueurs. C'est le cas par exemple[2238] des jeux d'action, de gestion, d'aventure, mais aussi de programmes où le joueur peut paramétrer entièrement le jeu tel *Lode Runner*[2239], ou construire de toute pièce sa partie[2240]. Cela inclut également les jeux éducatifs[2241], ainsi que des programmes qui ne sont pas des jeux comme les logiciels de création de musique ou de dessin.

Un futur idéalisé des jeux vidéo et de la technologie dans la société

La seconde catégorie, celle d'une vision fantasmagorique du futur des jeux vidéo va de pair avec deux concepts qui ont pour point commun une immersion plus grande des joueurs dans les univers vidéoludiques. Le premier exprime le souhait de voir disparaître les interfaces de contrôles des jeux (manettes de jeux, souris, clavier), au profit d'une prise en main par l'intermédiaire de son propre corps. Différents accessoires tentent d'aller dans ce sens comme *Power Glove* de Mattel pour la console 8 bits de Nintendo. Il s'agit d'un gant avec lequel le joueur est sensé, de par ses mouvements, pouvoir diriger les jeux. Autres solutions[2242], celle de Sega

[2235] *Ibid*. p. 135 col. 2.
[2236] Charreyron (Véronique), « Lucasfilm : l'empire contre attaque » dans *Tilt*, n° 53, juillet 1986, p. 14 col. 3.
[2237] Ichbiah (Daniel), *Bâtisseurs de rêve : enquête sur le nouvel eldorado des jeux vidéo*, Paris, First Documents, 1997, 430 p. ; p. 404.
[2238] Desmedt (Patrick), « *Tilt journal* : star David Crane parle » dans *Tilt*, n° 20, avril 1985, p. 8 col. 3.
[2239] « Tubes : *Lode Runner* » dans *Tilt*, n° 14, juillet 1984, p. 40 col. 2.
[2240] Voir p. 207.
[2241] Desmedt (Patrice), « *Actuel* : microscopie » dans *Tilt*, n° 18, janvier/février 1985, p. 22 col. 3.
[2242] Cette dernière ne semble pas avoir été distribuée en France.

avec l'*Activator* pour *Megadrive*[2243]. Ce périphérique de forme octogonale, et dont la liaison avec la console se fait par infrarouge, ambitionne de permettre à l'utilisateur (qui se place en son centre) de jouer physiquement. Néanmoins, ces deux objets fonctionnent mal, et ils se révèlent moins précis et pratiques qu'une manette de jeu. De plus, ils sont commercialement des échecs. Toutefois, ils représentent des tentatives pour simplifier le contrôle des jeux, en apportant chez le particulier, des périphériques de contrôle plus naturels en impliquant le corps de l'utilisateur.

Le deuxième concept s'attache à la question de la réalité virtuelle qui apparaît à la fin des années 1980. Jusqu'au milieu des années 1990, elle demeure à la fois un fantasme et quelque chose vu comme prochainement disponible sur les machines domestiques[2244] et donc pour les joueurs. Le principe de base[2245] consiste à les plonger au cœur du jeu et de les laisser déambuler dans l'univers crée, mais aussi d'être capable de le toucher et de le ressentir. Bien entendu, le monde virtuel est très réaliste d'un point de vue sonore et visuel. Pour rendre l'interaction possible, le joueur a besoin de revêtir un casque, une combinaison, et des gants reliés aux systèmes informatiques. Si plusieurs articles détaillent les possibilités de la réalité virtuelle, voire l'expérience d'un journaliste invité à essayer ce type de dispositif, cela demeure une chimère. Ce genre d'univers et de contrôle de jeu ne sont pas d'actualité ni même envisageables pour les joueurs, dans notre chronologie, en raison de la technologie qu'il faut employer. Non seulement les machines domestiques ne sont pas assez puissantes, mais en plus l'équipement adéquat[2246] est beaucoup trop contraignant et lourd pour une utilisation chez les particuliers.

Nous retrouvons ces deux concepts d'un futur idéalisé dans un article de *Libération* en mai 2000. L'article est construit autour d'une discussion entre la journaliste et Bruno Bonnel, le dirigeant d'Infogrames, lors du salon E3. Nous

[2243] « Sega : l'avalanche technologique » dans *Joypad*, n° 17, février 1993, p. 23 col. 1.
[2244] A l'image par exemple du nom de code de la *Nintendo 64* qui est *Project Reality*. Ce nom évoque dans l'imaginaire des joueurs, la réalité virtuelle. Il en est de même pour deux périphériques de Sega. Le premier est une paire de lunette dite trois dimensions pour la consoles 8 bits de la marque, tandis que l'autre est un projet de casque pour sa consoles 16 bits. Ces deux accessoires font allusions à la réalité virtuelle en voulant placer le joueur au plus près de l'action des jeux.
[2245] Blottière (Jean-Michel), Lemeur (Anne-Sarah), « *Tilt journal* : nouvelles images, des jeux vivants » dans *Tilt*, n° 66, mai 1989, p. 20 col. 1.
[2246] Ichbiah (Daniel), *Bâtisseurs de rêve : enquête sur le nouvel eldorado des jeux vidéo*, Paris, First Documents, 1997, 430 p. ; p. 13.

relevons notamment des prédictions par étape, allant de 2005 à 2020. Pour 2005, Bruno Bonnel indique :

« On sera libéré du joystick. Les designers sont en train de dessiner les premiers vêtements qui permettent de jouer: une tenue dans laquelle vous avez des capteurs actifs simples […] Dans les cinq prochaines années, vous jouerez contre un hologramme. La personne sera devant vous. On peut projeter en 3D les personnages comme dans Star Wars et on est capable, aujourd'hui, en laboratoire, d'identifier le croisement de votre main avec ce personnage. »[2247]

La première étape, c'est la disparition de la manette de jeux, de l'interface physique qui fait le lien entre le joueur et la machine, notamment grâce à une capture de mouvement par des caméras. Cette vision est la moins fantaisiste puisqu'elle se réalise en partie entre 2005 et 2010 avec la télécommande de la console *Wii* de Nintendo, et *Kinect*, une camera qui capte les mouvements pour la console *Xbox 360* de Microsoft.

L'article poursuit en évoquant l'année 2010. Pour Bruno Bonnel :

« On s'affranchit de l'écran. Ce sont les technologies que j'appelle «les rideaux de douche». Vous rentrez chez vous dans une pièce normale, vous appuyez sur un bouton et vous vous retrouvez dans la forêt […] A partir de 2010, on aura peut être un système de projection directe sur l'iris: vous portez une paire de lunettes qui vous projette directement les sensations sur l'oeil. »[2248]

Il est aussi intéressant de relever qu'il pense que cette période sera celle où

« On va évoluer. Après vous avoir fait simplement réagir à coups d'adrénaline, tirer dans tous les coins, avoir peur des monstres, comme à l'âge de cinq ans, les

[2247] Levy-Williard (Annette), « *Actualités* : *cahier spécial* **:** Balade dans un rêve éveillé. En 2005, on aura chez soi une machine à jouer comme on a aujourd'hui une machine à laver. En 2010, on s'affranchira de l'écran. En 2020, on se fera greffer des implants. Vision extra-sensorielle du futur, avec le PDG d'une société de jeux électroniques rencontré au grand show de Los Angeles. » dans *Libération*, 20 mai 2000, http://www.liberation.fr/cahier-special/0101335414-balade-dans-un-reve-eveille-en-2005-on-aura-chez-soi-une-machine-a-jouer-comme-on-a-aujourd-hui-une-machine-a-laver-en-2010-on-s-affranchira-de-l-ecran-en-2020-on-se-fera-greffer-des-implants-vision-e

[2248] *Ibid.*

futurs processeurs vous apporteront de l'émotion: une palette des pleurs aux rires, de la peur à la joie. »[2249]

Enfin, l'année 2020 sera celle, pour le PDG d'Infogrames, où :

« On se fera greffer directement des composants sur les membres; cela ira beaucoup plus vite […] A la naissance, vos enfants auront des implants. Dès qu'on aura réglé le problème d'éthique, vers 2015-2020.»[2250]

Nous pouvons remarquer qu'il débute par évoquer des technologies qui sont plus ou moins prêtes à être commercialisées à grande échelle. Cependant, sa façon d'en parler montre déjà un certain enthousiasme, notamment lorsqu'il évoque les hologrammes. Puis au fur et à mesure qu'il décrit les futures évolutions, il semble quitter le terrain des jeux vidéo, pour s'approcher de concepts proches de la science-fiction et autres romans d'anticipations. Sa vision de l'année 2020 fait écho à une modification de l'homme par la technologie, et notamment aux problèmes d'éthique liés aux manipulations génétiques. Il y a un affranchissement de la chronologie et de la réalité technique. L'article ne laisse pas entrevoir si Bruno Bonell est sérieux ou s'il joue avec certaines peurs de la société à propos des machines, ou s'il est réellement enthousiaste au point de penser que ce type de technologie sera accessible aux citoyens dès 2020.Toutefois, l'article date de 2000, et nous pouvons supposer que l'enthousiasme des individus pour le nouveau siècle (et le nouveau millénaire) est encore très présent, et il se manifeste ici par ces différentes évocations.

Conclusion : les jeux vidéo portent ouverte vers un futur technologique

L'avenir des jeux vidéo prend deux directions différentes, qui montrent d'une manière globale, l'enthousiasme des commentateurs (principalement la presse spécialisée et des professionnels du secteur) pour les nouvelles technologies qui se répandent dans la société. Ces deux « camps » ne sont pas antagonistes, et ils présentent des profils similaires, car ils sont composés des mêmes personnes (joueurs, journalistes spécialisés). Ils s'adressent en priorité aux joueurs, et ils

[2249] *Ibid.*
[2250] *Ibid.*

viennent leur montrer (en adoptant le ton de la confidence) ce que les jeux vidéo seront bientôt en mesure de leur proposer. Il y a implicitement la promesse d'un plaisir ludique décuplé, notamment avec une intégration toujours plus poussée de l'utilisateur dans les mondes virtuels. En outre, ils présentent des avancées techniques qui à court terme sont mises à disposition du public, mais aussi des technologies, plus ou moins expérimentales, qui excitent l'imaginaire.

D'un point de vue général, cette manière d'évoquer le futur montre une exaltation pour la technologie, et l'anticipation qui en découle des sociétés du lendemain. Les progrès techniques sont vus comme annonciateurs d'une vie meilleure, permettant à l'homme de mieux vivre et plus facilement. Soulignons que cette façon de penser s'oppose au scepticisme envers l'informatique qui émerge à la fin des années 1970 et jusqu'au milieu des années 1980, et à la peur de certains de voir l'homme perdre son autonomie face aux machines[2251]. Ces deux conceptions de l'avenir des jeux vidéo sous-entendent que l'ère numérique en développement et la société électronique qui se met progressivement en place ne peuvent pas être arrêtés. Elles suggèrent qu'il s'agit d'évolutions naturelles et logiques des sociétés contemporaines, qu'il faut accompagner et ne pas rejeter.

[2251] La méfiance envers l'informatique se remarque par exemple dans un reportage du journal télévisé de la chaîne TF1, datant du 19 mai 1978, sur le rapport Nora-Minc dont le thème est l'informatisation de la société. Dans le sujet, le journaliste (François de Closets) explique les grandes lignes du rapport sur le développement de l'informatique, les nouvelles formes de communications (dont la constitution d'un réseau unique). Dans le même temps, il se fait l'écho de craintes suscitées par les changements technologiques, en terme d'emplois (remplacement de l'homme par la machine), de centralisation des informations, ou d'autonomie individuelle. Cependant, il nous semble que ce type d'inquiétudes s'estompe, dans la seconde moitié des années 1980, avec l'accroissement des connaissances des individus en informatique et la domestication de l'ordinateur, ou les interventions politiques comme le Plan informatique pour tous. Les reproches et les appréhensions demeurent, mais ils s'observent dans un cadre psychologique et comportemental, et surtout ils concernent les enfants et les adolescents. Voir : http://www.ina.fr/sciences-et-techniques/nouvelles-technologies/video/CAA7800628501/informatique-rapport-nora.fr.html ; p. 644.

c) Perception du jeu vidéo en France

Durant la période que nous étudions, la perception du jeu vidéo par la société n'est pas constante, et elle n'est pas non plus uniforme. Elle évolue, se transforme suivant la volonté, plus ou moins implicite, des acteurs de cette industrie de loisir. Cette vision peut être également une photographie de la société à une époque donnée[2252].

Les années 1970 : trois perceptions différentes

En 1974, lorsqu'apparaissent les jeux vidéo en France, et durant la seconde moitié des années 1970, nous pouvons distinguer trois perceptions à la fois différentes et complémentaires. La première est liée aux consoles, qui sont vues comme un jeu de société d'un nouveau genre, utilisant le poste de télévision. Les publicitaires leur donnent une image à la fois de jeu familial (pour toute la famille), et de phénomène venu des Etats-Unis. La seconde se rapporte aux bornes d'arcade. le jeu vidéo est alors perçu comme un divertissement de foires et de cafés. Enfin, la troisième est relative aux circuits électroniques de type *AY-3-8500* qui font de ces jeux une composante de ce qu'on pourrait nommer le « bricolage électronique ». Il semble que durant ces années, la diffusion des jeux vidéo est assez restreinte, en raison d'une distribution plus ou moins limitée. Précisons qu'étant donné le manque de documentation, il est aussi difficile de connaître en détail les sentiments vis-à-vis de ce nouveau loisir, et notamment ceux des joueurs/consommateurs.

Soulignons que c'est durant cette époque que se constitue l'un des clichés récurrents liés aux jeux vidéo, à savoir la détérioration du poste de télévision par l'utilisation d'une machine ludique. Lieu commun en vogue durant les années 1990, il n'a pas lieu d'être puisque ces systèmes n'abîment en rien la télévision[2253]. Toutefois, dans les années 1970, avec les premières machines de jeux et les

[2252] Dans notre cas, il s'agit de la fin des années 1970 au début des années 2000.
[2253] Les jeux sont faits de telle sorte qu'ils ne marquent pas les tubes cathodiques.

téléviseurs de l'époque, cela peut être le cas sous certaines conditions comme l'explique C. Tavernier dans son livre « *Réalisez des jeux sur récepteur TV* »[2254].

Les jeux vidéo annonciateurs de l'an 2000 et d'une société numérique

Le début des années 1980 marque réellement l'émergence des jeux vidéo dans la société, et auprès du grand public. Cette percée intervient au même moment que celle de l'informatique de loisir et des ordinateurs et, entre 1981 et 1984[2255], ces deux domaines sont à l'origine d'un phénomène de société et de mode. Surtout, ils sont perçus comme deux avatars de la société électronique qui se met en place. Cette dernière se veut une société où l'outil informatique est commun, et où il est utilisé dans de nombreux domaines de la vie quotidienne. En outre, cette société électronique représente aussi le futur, et elle est annonciatrice de l'an 2000 et du 21e siècle.

Ces deux dernières idées sont déjà perceptibles avec les consoles *Pong* à la fin des années 1970, et plus généralement dans la société française de cette période. Toutefois, c'est au début de la décennie 1980 qu'elles s'expriment au plus fort. Elles sont accompagnées et renforcées par une vogue de la science-fiction qui est un thème très présent dans les jeux vidéo, mais aussi au cinéma et à la télévision[2256]. Nous pensons que cette tendance résulte de la conquête spatiale, de la proximité

[2254] L'auteur de l'ouvrage indique que les détériorations sont possibles, mais il laisse entendre que cela demeure très théorique, et en fonction de conditions particulières. Ainsi, le tube cathodique peut être dégradé si les jeux produisent des traces fixes identiques à elles-mêmes pendant des périodes continues supérieures à une heure. En outre, l'auteur précise que c'est le temps d'utilisation sans période d'arrêt intermédiaire qui compte, et non pas le temps total d'utilisation. Il conseille aussi de ne pas jouer avec une luminosité et un contraste plus que nécessaire si la session de jeu est longue. Tavernier (Christian), *Réalisez des jeux sur récepteur TV*, Paris, Éditions techniques et scientifiques françaises, 1979, 143 p. (coll. « *Technique poche* »), p. 143 et 144.

[2255] L'année 1981 correspond à l'explosion de l'informatique et au début de la démocratisation de l'ordinateur auprès du grand public. En ce qui concerne 1984, il s'agit de l'année qui voit la fin de l'ébullition autour des jeux vidéo, en raison des effets de la crise américaine du secteur qui survient à la fin de l'année 1983.

[2256] A la télévision, le début de la décennie 1980 est marqué par une déferlante de programmes et de séries qui abordent le thème de la science-fiction et de la conquête spatiale, évoquant non seulement une certaine fascination pour ces thématiques, mais aussi la société du futur. Ainsi, nous pouvons citer deux programmes présentés par les frères Bogdanoff, à savoir *Temps X* (de 1979 à 1989 sur TF1), qui mêle cultures populaires et science, ainsi que *2002 – L'Odyssée du Futur* (en 1982), une émission tournée vers la vulgarisation scientifique. Les feuilletons sont également concernés avec par exemple la diffusion de séries américaines telles que *Star Trek* (diffusion partielle sur TF1 à partir de 1982), *Battlestar Galactica* (à partir de 1981 sur TF1), ou bien encore *La Quatrième Dimension* (rediffusion avec des épisodes inédits à partir de 1984 sur TF1). Les programmes pour la jeunesse sont aussi touchés par ce mouvement avec notamment des dessins animés comme *Goldorak (en 1978)*, *Albator* (deux séries programmées sur Antenne 2 dans le cadre de *Recrée A2* : la première diffusée en 1980, et la seconde mise à l'antenne en 1984), *Capitaine Flam* (1981 sur TF1), *Il était une fois... l'Espace* (série française à l'antenne sur FR3 en 1982), ainsi que la coproduction franco-japonaise *Ulysse 31* (diffusée à partir de 1981 sur FR3).

avec le nouveau millénaire, mais aussi (voire surtout) du succès dans les salles de cinéma de la saga *Star Wars*[2257]. De plus, il faut ajouter un intérêt pour la robotique et la figure du robot que l'on trouve notamment dans le commerce sous forme de jouets ou de machines plus sophistiquées[2258], ainsi qu'à la télévision avec, par exemple, le phénomène *Goldorak*. La presse spécialisée comme *Tilt* s'engouffre parfois dans cette thématique, en proposant des articles et des actualités sur ce sujet.

Les jeux vidéo font donc partie avec les ordinateurs, les robots, la science-fiction (et avec elle l'intérêt pour les sciences et l'espace), d'une marmite futuriste, qui entrouvre une fenêtre plus ou moins idéalisée et imaginaire, sur la société du lendemain, celle de l'an 2000. En plus de cette vision, les jeux vidéo vont devenir des logiciels particuliers et revêtir un intérêt économique pour les professionnels du secteur de l'informatique.

Les jeux vidéo comme outil d'intégration de l'ordinateur dans les foyers

Lorsque les premiers ordinateurs sont commercialisés en France, le principal enjeu pour les industriels est de convaincre les consommateurs de leur utilité, et ainsi les faire entrer dans les foyers. Toutefois, comme nous avons pu déjà l'indiquer auparavant, il y a un manque flagrant d'applications capables de rendre cette nouvelle machine indispensable aux yeux du public[2259]. Le phénomène des jeux

[2257] La saga *Star Wars* se compose au début des années 1980 de trois films sortis respectivement dans les salles en 1977 (*La guerre des Etoiles*), en 1980 (*L'Empire contre attaque*) et 1983 (*Le retour du jedi*). Le succès de cette franchise participe à la mode de la science-fiction, notamment à la télévision.

[2258] Nous pensons par exemple à des robots proposés en kit, capable de rouler, de réagir à la voix ou aux claquements de mains, ou bien encore des robots qui peuvent être reliés à un ordinateur pour être programmés et devenir des radars, photomètres, ventilateurs, ou soudeurs. Voir : « *Tilt journal* : curieux » dans *Tilt*, n° 14, juillet/août 1984, p. 6 col. 3 ; Roux (Ivan), « *Création* : ne me kit pas » dans *Tilt*, n° 59, novembre 1988, p. 100 col. 1.

[2259] Les applications mises en avant pour justifier et montrer la capacité et la nécessité de l'ordinateur sont des programmes essentiellement de bureautique, susceptibles de faciliter la vie quotidienne comme la tenue des comptes, la gestion d'un agenda ou de factures, le traitement de texte, et le tableur. De plus, certaines publications de la fin des années 1970 organisent des concours qui obligent les participants à utiliser leur machine. Par exemple, en fin d'année 1979, *Micro Systèmes* lance un concours à la fois de conception électronique et de programmation, qui consiste à créer un véhicule miniature pouvant rouler tout seul (grâce à la programmation). Le but de la compétition est alors de réaliser le meilleur temps de circuit. Soulignons que ce concours n'est pas simple et qu'il ne s'adresse pas à un utilisateur lambda. Avec ce type d'initiatives et les logiciels disponibles, nous pouvons voir qu'il n'y a pas encore vraiment d'utilité à l'ordinateur pour les particuliers. Ces concours représentent des exemples et des tentatives (parfois hasardeuses) de trouver une fonction à ce nouvel objet. Tailliar (Alain), « *Edito* » dans *Micro Systèmes*, n° 8, novembre/décembre 1979, p. 7 col. 1.

vidéo qui apparaît en même temps que la démocratisation de l'informatique, apporte aux ordinateurs, des programmes percutants, voire magique, susceptibles de captiver, de faire rêver et de donner envie aux individus.

De cette manière, en plus de susciter l'intérêt des joueurs pour des raisons purement ludiques[2260], les jeux vidéo deviennent au début des années 1980 « un cheval de Troie » pour l'informatique familiale. Ainsi, c'est par l'intermédiaire de ce type de logiciels que les industriels comptent installer les ordinateurs dans les foyers français. Ils sont alors perçus comme une étape d'initiation à l'informatique, qui doit donner envie aux néophytes d'aller plus loin dans la pratique[2261] et ainsi les mener au véritable ordinateur et à la programmation. D'ailleurs, c'est la raison pour laquelle certaines consoles disposent de clavier ou de module qui les transforment en poste informatique, capable de faire fonctionner le langage *Basic*.

En vertu de cette mission et de l'effervescence autour de l'informatique, les jeux vidéo ont une image plutôt bénéfique. Ils possèdent un aspect pédagogique, celui d'introduire à l'informatique et aux ordinateurs, et ils sont vus également comme pouvant favoriser la création chez les jeunes[2262]. Il est à noter que, par le biais des consoles de jeux, ils sont appréhendés aussi comme des jouets. En outre, la pratique est ressentie comme un moyen de détente, et de déconnexion de la vie quotidienne.

Les jeux vidéo possèdent cette image d'initiateur à l'informatique, tout au long de la période étudiée. Au milieu des années 1990, c'est l'ordinateur multimédia avec lecteur de CD-ROM qu'ils doivent mettre en valeur, tandis qu'au début des années 2000, ils sont invoqués pour vanter Internet.

Des jeux qui ne font pas l'unanimité

Cependant, il existe quelques oppositions et clichés négatifs autour de ce nouveau loisir. Les jeux vidéo sont souvent définis comme un amalgame de sons

[2260] Les ordinateurs sont susceptibles de proposer des jeux différents des consoles (notamment des jeux d'aventure et de rôle), mais aussi parfois des titres plus aboutis techniquement.
[2261] C'est-à-dire de dépasser le stade de l'émerveillement et de la simple interaction avec un écran, et de développer la fibre créatrice des utilisateurs.
[2262] Comme par exemple la réalisation de jeux au moyen de la programmation, ce qui sous-entend aussi l'apprentissage d'un langage de programmation.

assourdissants (ils émettent notamment des « bip bip ») et des flashs intempestifs. De même, certains jeux, de par leur représentation ou leur scénario, sont déjà jugés comme violents[2263]. Néanmoins, cette opposition est vue de la part des joueurs et des journalistes spécialisés comme un refus de la mode, mais surtout une peur de la modernité et de l'an 2000[2264]. Les opposants sont en quelque sorte placés en marge de la société, et de ces nouveaux mouvements qui la pénètre, pour expliquer leur refus d'adhérer à la communauté, et leur lutte contre de ce nouveau loisir. D'autre part, rappelons qu'avec les jeux d'arcade, les jeux vidéo sont rattachés à la mauvaise réputation des salles de jeux. Ainsi, il est question de lieux à la fréquentation douteuse, mais aussi de débauche, susceptible de pervertir la jeunesse.

Après 1984, l'enthousiasme autour des jeux vidéo disparaît peu à peu. La crise américaine de la fin d'année 1983 jette le discrédit sur les consoles et sur cette industrie, qui n'est plus reconnue comme un secteur d'avenir. Durant la seconde moitié des années 1980, les professionnels de l'informatique et les constructeurs d'ordinateurs se désolidarisent des jeux vidéo. Ils s'efforcent de ne plus être assimilés à ce loisir, et ils tentent le plus possible de gommer les références ludiques. L'informatique se veut « sérieuse », et cette tendance est perceptible dans la presse spécialisée qui dénonce cette orientation[2265] ou bien encore par le fait que les loisirs informatiques ont alors une place réduite ou sont exclus de certaines manifestations comme le SICOB. De même, rappelons que des constructeurs comme Commodore ou Atari orientent leur politique commerciale autour des applications de création (musique, dessin), en omettant les jeux vidéo. Or, ces derniers sont la principale occupation des utilisateurs sur leurs ordinateurs 16 bits (*Amiga*, *ST*).

[2263] Notons que dès 1983, l'ordinateur peut avoir une image associée à la violence et aux jeux de guerre. Nous étudions la question de la violence dans les jeux vidéo dans un prochain paragraphe. Voir : Ilous (Joëlle), « *Actuel* : jeux vidéo : le coq se rebiffe » dans *Tilt*, n° 8, novembre/décembre 1983, p. 33 col. 3 ; paragraphe p. 630.

[2264] Chazoule (Olivier), *Le guide Marabout des jeux électroniques*, Marabout, 1983, 188 p. ; p. 8.

[2265] C'est par exemple le cas en 1985 dans l'éditorial du numéro 24 de *Tilt* où le rédacteur en chef s'élève contre une micro-informatique sérieuse, qui rejette les jeux vidéo. Pour lui, l'ordinateur est avant tout un outil de loisir et, en dehors du divertissement, cette machine n'a finalement que peu d'intérêt pour les particuliers. Il relève la discordance entre les décideurs du secteur et les utilisateurs qui en majorité sont des passionnés des jeux vidéo. Enfin, il pense que le marché de la micro-informatique familial connaîtra une nouvelle dynamique et touchera le public grâce aux loisirs numériques. Blottière (Jean-Michel), « *Editorial* » dans *Tilt*, n° 24, septembre 1985, p. 8 col. 1.

Nous percevons cette période comme une phase de retrait vis-à-vis du grand public, même si la pratique continue à progresser et à susciter un intérêt certain parmi la jeunesse. C'est avec le retour des consoles à la fin des années 1980, qu'un nouveau mouvement s'enclenche et que cet univers ludique réapparaît au grand jour. Cette réintroduction conditionne les années 1990, qui se caractérisent par une dualité, puisqu'à la fois les jeux vidéo rencontrent le succès, mais aussi dans un même temps le rejet d'une partie de la société. Les oppositions sont assez vives dans la première partie de la décennie, et elles se cristallisent principalement sur les consoles et leurs jeux.

La console est une machine qui acquiert une image de jouet[2266], et de ce fait elle donne aux jeux vidéo une connotation infantile, et elle fait de la pratique une occupation pour enfants et adolescents. En outre, rappelons que cette renaissance commerciale provoque aussi un antagonisme au sein de la communauté des joueurs, avec d'un coté les partisans des consoles et de l'autre ceux qui ne jurent que par les ordinateurs. Ainsi, pour ces derniers, mais aussi pour la presse dédiée à ce type de systèmes, les consoles sont de « beaux jouets »[2267], qui sont certes spécialisées dans les jeux d'action, mais dont la cible principale demeure et reste les enfants[2268]. Pour les joueurs sur ordinateurs, cette machine ludique propose des jeux plus sophistiqués et plus compliqués, qui se destinent à une audience plus mature, sans oublier le fait qu'elle peut être utilisée pour autre chose que le jeu.

En ce qui concerne les reproches, nous allons les étudier en détail dans un prochain paragraphe[2269]. Toutefois, nous pouvons déjà dire que durant cette période, ils se fondent à la base en partie sur l'analogie entre jeux vidéo et enfant. De cette manière, les opposants à ce loisir numérique s'inquiètent de leurs effets possibles sur la jeunesse. Les thèmes habituellement discutés ont alors trait à la violence, à

[2266] Lorsqu'elles réapparaissent sur le marché français, les consoles sont d'abord commercialisées comme des objets informatiques ou qui font partis du groupe « télévision, hi-fi et vidéo ». Or, l'image de jouet s'impose notamment avec l'implication de Bandai (spécialiste du jouet) dans le jeu vidéo, lorsque cette entreprise reprend la distribution française de la *Nes* de Nintendo à la société ASD. De même, ce type de système, moins cher que les ordinateurs et plus simple d'utilisation, conquiert un public plus jeune constitué d'une majorité d'enfants et d'adolescents.
[2267] Renault (Jean Loup), « La puissance ou le prix ? » dans *Tilt*, n° 60, guide 1989, p.120 col. 1.
[2268] Blottière (Jean-Michel), « *Tilt journal* : spécial USA, au cœur du volcan » dans *Tilt*, n° 68, juillet/août 1989, p. 25 col. 1.
[2269] Voir p. 630 et p. 644.

l'isolement, ou aux maladies qu'ils peuvent susciter. D'autre part, le caractère japonais des consoles est aussi un élément de blâme. En effet, le succès de ces machines est vu par des associations familiales, les industriels du jouet[2270] ou certains médias, comme une invasion, un nouveau « péril jaune ». Ce rejet est à rapprocher de la contestation qui sévit à la même époque (première moitié des années 1990) envers l'animation japonaise à la télévision[2271]. Ces deux domaines, qui jusqu'alors n'avait pas été ressentis comme une menace, en deviennent une, et ils sont pris dans un mouvement plus général de refus des nouvelles cultures japonaises dont les jeunes français sont de plus en plus adeptes. Ajoutons que durant cette période, un autre domaine du jeu, à savoir le jeu de rôle sur plateau, est stigmatisé comme les jeux vidéo, et il connaît le même genre d'accusation (perversion de la jeunesse, isolement, dommage psychologique, voire dans certains cas satanisme).

Comme nous l'avons vu dans la partie sur la presse, la télévision participe à ce phénomène de rejet. Ce traitement est motivé par la recherche du sensationnel[2272], et donc pour des raisons d'audience, mais aussi pour une question de concurrence. En effet, certains directeurs de programmes et de chaînes pensent que les jeux vidéo sont des rivaux, car lorsque les individus s'adonnent à ce loisir, ils ne regardent pas les émissions diffusées. Il s'agit ainsi d'un moyen pour enrayer et limiter le phénomène, afin de maintenir les audiences, et notamment en ce qui concerne les plus jeunes.

Du côté des joueurs, et surtout de la presse spécialisée, l'opposition médiatique provoque colère et indignation. Certains magazines comme *Player One* rappellent

[2270] Pour les professionnels du jouet, les consoles sont de redoutables concurrentes dont le succès (surtout au moment des fêtes de fin d'année) fait de l'ombre aux jouets plus traditionnels (figurines, jeux de société). Il est à noter que les médias réalisent parfois des reportages ou des chroniques qui « soutiennent » les industriels, en montrant que les jouets traditionnels ou d'antan (comme par exemple les jouets en bois) connaissent un regain d'intérêt, ou qu'ils sont de nouveaux à la mode. Surtout, il est montré qu'ils peuvent tenir la comparaison, voire dépasser les jeux vidéo. Il y a d'ailleurs une sorte de satisfaction à dire et à montrer le retrait de ce nouveau type de jeu (d'autant plus qu'une partie des jouets en bois sont fabriqués en France).

[2271] Signalons que dans le cas des dessins animés japonais aussi, les oppositions sont basées sur le rapprochement entre dessin animé et enfant.

[2272] *Joypad* révèle dans un de ses articles qu'au début de l'année 1992, une équipe d'Antenne 2/France 2 rend visite à la rédaction en vue d'une entrevue pour un reportage. Cependant, les éléments recherchés sont ciblés. Ainsi, l'équipe de reporters demande aux journalistes spécialisés s'ils connaissent des personnes qui ont tout quitté (famille, foyer, travail) pour le jeu, et ils cherchent exclusivement à enregistrer des jeux dont les images et les sons possèdent une connotation guerrière et violente. Mic Dax, « La France déclare la guerre aux jeux : *Joypad* se mobilise ! » dans *Joypad*, n° 23, septembre 1993, p. 34 col. 1.

que les jeux vidéo ne sont pas une mode passagère[2273], bien au contraire, qu'ils sont un phénomène durable, ancré dans la société, et dont la progression est croissante.

Les années 1990 sont aussi une période où se développent et se diffusent les clichés et les lieux communs sur les jeux vidéo et les joueurs. Ces idées reçues mettent en exergues certaines caractéristiques de ces jeux numériques, et elles peuvent également leur donner une image négative. Ainsi, nous pouvons noter qu'ils sont associés à des jeux pour enfants[2274], ou à une activité non physique durant laquelle les jeunes restent plantés devant leur écran. En outre, ils sont connus pour utiliser des éléments intrinsèques comme les armes, les arts martiaux, le sang, les scores ou bien encore à leurs sonorités particulières (évoquant des « bip bip »). Ajoutons la violence, les mondes virtuels, ou la détérioration de la télévision (nous en avons déjà parlé). La figure du joueur est liée, pour sa part, à un être presque maladif, et qui demeure absorbé par ses jeux, et donc qui n'a plus conscience du monde qui l'entoure. Il est en plus vu comme quelqu'un de seul, presque asocial, sans grand contact avec le reste de la société.

La fin du siècle : une pratique normalisée

A partir de la seconde moitié des années 1990, la perception des jeux vidéo dans la société évolue, principalement en raison des nouvelles dynamiques et configurations de l'industrie. Premièrement, avec l'arrivée du géant de l'électronique grand public Sony, couplée à l'adoption presque général du support CD-ROM, les consoles (et plus généralement les jeux vidéo) cessent peu à peu d'être vues comme des jouets. Deuxièmement, la politique commerciale de Sony permet d'élargir le public des joueurs, et elle met à la mode la pratique du jeu vidéo, qui peut apparaître comme « branchée ». Ces orientations se confirment au début de la décennie 2000, avec l'entrée en lice de Microsoft et l'emploi du support DVD[2275] ou d'Internet (développement du jeu en réseau). Cette période voit également la console se rapprocher d'un système multimédia et devenir un centre des loisirs numériques. De

[2273] Voir : Player (Sam), « Edito » dans *Player One*, n° 8, avril 1991, p. 2 ; « *Stop Infos* : Noël 92 : le boom des consoles » dans *Player One*, n° 27, janvier 1993, p. 14 col. 3.
[2274] Roustan (Mélanie, sous la direction de), *La pratique du jeu vidéo : réalité ou virtualité ?*, L'Harmattan, 2003, 224 p. ; p. 132.
[2275] Rappelons que la *Playstation 2* obtient son succès grâce à la présence du lecteur DVD, qui permet en plus des jeux, de lire les films. Sony utilise la console pour aider la diffusion de ce nouveau support auprès du public.

ce fait, les jeux vidéo deviennent une pratique interactive au croisement du cinéma, de la télévision, des jeux de société et même du sport. En outre, l'entrée dans cette industrie de Sony et de Microsoft renforce la crédibilité du secteur auprès du monde financier, mais aussi du grand public.

Cependant, les opposants et les critiques existent toujours, mais elles sont moins virulentes, selon nous, que durant la première moitié des années 1990. Des thèmes comme la violence ou les maladies préoccupent encore, sans compter que les jeux vidéo sont toujours perçus par certains comme un divertissement mineur, infantile, voire débilitant. Pour contrer ses oppositions, plusieurs thèmes sont mis en avant dans les médias et par les joueurs. Notons qu'ils permettent aussi de défendre un secteur qui s'est structuré (syndicat), et dont les intérêts financiers sont de plus en plus importants. De cette manière, sont promus quelques jeux (principalement sur *PC*) éloignés des clichés habituels, le jeu vidéo comme objet de recherche, des études montrant leurs bienfaits ou l'absence de symptômes maladifs. Les deux aspects les plus importants sont pour nous, le côté artistique des jeux vidéo (et les questions que cela posent), ainsi que la promotion de leur culture.

Conclusion : entre rejet, acceptation et intégration

Ce que nous pouvons tirer de l'étude de la perception des jeux vidéo dans la société française, c'est qu'il y a essentiellement trois phases qui oscillent entre acceptation et rejet. La première se situe au début des années 1980. Les jeux vidéo sont regardés avec enthousiasme, notamment parce qu'ils incarnent une certaine modernité, et ils sont un signe avant coureur du nouveau millénaire. Une seconde étape, au tournant des années 1990, est marquée par une montée des conservatismes. Les jeux vidéo, en raison de la crise américaine de la fin d'année 1983 ne sont plus un secteur d'avenir. Ils sont perçus comme des jeux pour enfants qui peuvent être mauvais. Outre la violence et les maladies qu'ils peuvent provoquer, ils n'ont pas bonne presse aussi en raison de leur caractère japonais ; une critique qui vient aussi toucher les dessins animés diffusés à la télévision. Enfin, le troisième stade est un échelon de conquêtes et d'ancrage de la pratique dans la culture populaire. Sans oublier, le succès au niveau économique, qui propulse le secteur parmi les industries culturelles les plus en vue.

Au-delà des modes, de l'enthousiasme et des oppositions, nous pouvons aussi voir que les jeux vidéo progressent petit à petit dans la société, en se couplant aux cultures de la jeunesse et à la culture informatique. Nous pouvons nous rendre compte qu'ils ne sont presque jamais associés aux jeux de société. La civilisation électronique telle qu'elle est souhaitée au début des années 1980 est en partie accomplie par les jeux vidéo, car en France, c'est bien plus le développement d'Internet, qui amène l'ordinateur dans la plupart des foyers. Toutefois, nous pouvons nous rendre compte que les jeux vidéo sont toujours perçus à la fin de notre période d'étude comme un « cheval de Troie » pour la civilisation numérique/digitale, qui se met en place au début de l'an 2000. Celle-ci met le multimédia et l'informatique au cœur des industries culturelles. Elle utilise une fois de plus le loisir « vidéoludique » pour investir le salon des foyers, et imposer ou familiariser les consommateurs avec un certain nombre de produits et de productions[2276].

[2276] Nous en avons donné l'exemple avec la console *PS2* et son lecteur de DVD. Cette volonté se retrouve également dans la génération de console suivante (à partir de 2005), avec par exemple une *Playstation 3* qui, en embarquant un lecteur de disque Blu-Ray, est une arme pour Sony afin d'imposer ce format face au standard concurrent (le HD-DVD). Microsoft avec sa *Xbox 360* poursuit dans la voie du jeu en réseau et de services connectés à Internet (la *PS3* dispose également de son propre service en ligne). Ces deux nouvelles machines sont surtout un argument important dans la démocratisation et l'adoption des nouvelles télévisions haute définition qui investissent le marché.

VIII) Les reproches faits aux jeux vidéo

1) un loisir dangereux ?

a) Les principaux griefs articulés contre les jeux vidéo

Les jeux vidéo sont un loisir qui concentre un certain nombre d'oppositions, parallèlement à l'adhésion qu'ils peuvent susciter. Les antagonismes apparaissent environ au même moment que l'émergence de ces jeux, c'est-à-dire durant la seconde moitié des années 1970, mais plus particulièrement au début des années 1980, pour ce qui est de la France. Ils se centrent sur quelques reproches précis, qui demeurent plus ou moins les mêmes durant toute la période couverte par notre étude. Nous identifions trois grandes thématiques qui sont la violence, les maladies, et enfin l'isolement.

Les jeux vidéo et la violence

La violence est l'un des premiers reproches (si ce n'est le premier) faits aux jeux vidéo, et c'est également un thème qui fait partie de leur réputation[2277]. En effet, nombreuses sont les personnes à voir dans ce loisir uniquement des jeux guerriers (de guerre, de tir), où il faut tuer ses adversaires. Le débat enclenché autour de ce sujet est principalement lié à la jeunesse, et il questionne sur le degré de violence des jeux vidéo, et sur la répercussion qu'elle peut avoir sur les utilisateurs. Le point qui provoque les inquiétudes des opposants est l'incitation à la violence, en raison de son expérimentation dans les jeux, mais aussi et surtout le possible passage à l'acte. Les jeux vidéo poussent-ils ou non à la violence ? Leur postulat est ainsi de faire un lien entre l'expérience du jeu et une reproduction dans la réalité. Ce type de discussion n'est pas propre aux jeux vidéo puisque les mêmes interrogations touchent aussi le cinéma et la télévision (notamment dans les dessins animés et les feuilletons). Généralement, les controverses sur la violence dans ce loisir opposent d'un côté des personnes qui ne sont pas au fait des jeux vidéo et dont le regard est souvent superficiel, et de l'autre les joueurs qui n'acceptent pas les attaques jugées

[2277] Dès le début des années 1980, les jeux vidéo sont accusés d'être un loisir violent. En 1983, un article du magazine *Tilt* indique que la violence des thèmes abordés dans les jeux vidéo est un reproche très fréquent. Chazoule (Olivier), « *Actuel* : apocalypse-vidéo » dans *Tilt*, n° 5, mais/juin 1983, p. 48 col. 2.

injustifiées. Les deux partis campent la plupart du temps sur leurs positions, sans faire évoluer les débats.

La violence dans les jeux vidéo apparaît dès leur création[2278], et elle se présente selon divers degrés. Tout d'abord, nous pouvons constater que dans le vocabulaire des joueurs, il y a une certaine forme de violence dans les expressions utilisées, en plus des éventuels jurons proférés contre le cours de la partie. Le champ lexical des pratiquants est souvent à dominante guerrière, faisant penser à un combat, avec des mots tels que détruire, supprimer, battre, ou bien encore tuer[2279].

Ensuite, dans les logiciels ludiques, nous évaluons trois formes de violence. La première est une violence que l'on peut définir comme symbolique, car elle est liée au contexte et à l'histoire du jeu. C'est par exemple des titres qui se déroulent en temps de guerre (réelle ou imaginaire), après un conflit, ou dans un monde post apocalyptique. C'est une violence plutôt implicite qui n'est pas toujours traduite à l'écran. La seconde est proche de celle que nous venons de citer. Elle passe par un jeu qui peut être vu comme immoral, car permettant aux joueurs d'incarner un malfrat, un gangster et d'opérer des actions non conformes avec la morale et la justice (vol, contrebande)[2280]. Enfin, troisièmement, la violence est inscrite dans le cours du jeu, et elle est réalisée directement par le joueur (tir contre des ennemis, combat contre un adversaire). C'est ce dernier type de violence qui est principalement pointé du doigt par les opposants, et qui est à l'origine du déclenchement de nombreuses polémiques.

Par exemple, le journal *Libération* fait le portrait en 1999, la plainte de parents américains suite à une tuerie. Dans l'article, nous pouvons lire :

[2278] Rappelons que lors de l'élaboration du prototype de la console de jeu, durant la seconde moitié des années 1960, un fusil optique est ajouté à l'ensemble. Cet accessoire est ensuite commercialisé avec l'*Odyssey*, la première console de jeu. Si ce type d'appareil peut faire penser à un jeu issu des fêtes foraines, il est également susceptible d'être vu comme une forme de violence, car il entraîne les joueurs à utiliser une arme fictive pour viser l'écran. Ajoutons que le pistolet ou le fusil est un accessoire courant des consoles de jeux. Il est source de débats notamment lorsque sa forme, son allure, ou sa couleur sont jugés comme trop ressemblant à une arme véritable. C'est pour écarter toute polémique qu'en Occident, sauf exception, cet accessoire arbore généralement des couleurs vives (bleu, orange) pour le faire davantage apparaître comme un jouet (en plastique).
[2279] Jolivart Bernard, *Les jeux vidéo*, Paris, PUF, 1994, 128 p. (coll. «*Que sais-je?*»); p. 102.
[2280] Nous pensons à des titres comme *Safe cracker* (le joueur doit réaliser des cambriolages), *Mugsy* (le joueur incarne un parrain de la mafia dans le Chicago des années 1930), *Grand Theft Auto* ou bien encore *Manhunt*.

« Selon maître Thompson, l'assassin aurait «acquis une formation au tir» par la pratique intense de jeux vidéo violents comme Doom, Quake, Mortal Kombat et Redneck Rampage. Il était également un visiteur assidu de sites pornographiques sadomasochistes violents du Net, ce qui aurait influencé son jugement moral. »[2281]

Les jeux cités dans cet extrait sont des titres du genre « jeux de tir à la première personne ». Rappelons que visuellement ils font appel à une vue subjective qui intègre le joueur, et que le principe est souvent l'élimination des adversaires au moyen de différentes armes. Cependant, l'article indique que les professionnels du cinéma et d'Internet sont aussi touchés.

Nous pouvons aussi citer un autre article de ce même quotidien, qui n'est pas polémique, mais qui peut être rattaché à la question de la violence, et faire un amalgame avec les jeux vidéo. Il s'agit d'un portrait d'un joueur qui s'adonne à ce loisir en ligne :

« Il y a deux semaines, j'étais un meurtrier et j'accomplissais de véritables génocides.» Aujourd'hui, revenu à la «vie normale», Stéphane (1) a encore «mal aux yeux» et aspire à «quelques grosses nuits de sommeil» pour récupérer du marathon de jeux en réseau vécu du 28 octobre au 3 novembre. «Une semaine complète, à huit dans mon appartement. Couchés toutes les nuits à 6 heures du matin, debout à 10.» Près de vingt heures par jour devant les écrans, à «se démolir les uns les autres». Avec un sourire sadique, il se proclame «véritable barbare pendant les parties». «J'attaque tout le temps, je n'abandonne jamais, je suis particulièrement dur à tuer.» Cette semaine intensive n'était pas sa première expérience.»[2282]

C'est le champ lexical employé par le journaliste qui fait le lien entre la pratique des jeux vidéo et la violence. Si on peut penser que l'auteur de l'article a employé

[2281] Sabatier (Patrick), « *Ecrans* : Justice. Aux Etats-Unis, des parents de victimes ont déposé une plainte contre 25 sociétés productrices de sites web ou de jeux vidéo. Le Net accusé d'incitation au meurtre. » dans *Libération*, 16 avril 1999, http://www.liberation.fr/ecrans/0101281030-justice-aux-etats-unis-des-parents-de-victimes-ont-depose-une-plainte-contre-25-societes-productrices-de-sites-web-ou-de-jeux-video-le-net-accuse-d-incitation-au-meurtre

[2282] Latrive (Florent), « *Ecrans* : Portrait. «J'ai accompli de véritables génocides». Ses «potes réseau» ne sont pas ses «vrais amis». Stéphane, 24 ans, est un Rambo du jeu. » dans *Libération*, 22 novembre 1996, http://www.liberation.fr/ecrans/0101197061-portrait-j-ai-accompli-de-veritables-genocides-ses-potes-reseau-ne-sont-pas-ses-vrais-amis-stephane-24-ans-est-un-rambo-du-jeu

des termes guerriers pour coller à la thématique des jeux pratiqués, cela donne aussi l'impression que ce loisir est scabreux et obscène.

La violence des jeux vidéo est une violence qui s'exprime presque uniquement visuellement, et elle peut être rehaussée par le réalisme des graphismes. Par exemple, on peut voir dans certains jeux, du sang, les blessures infligées à l'adversaire ou sur le personnage du joueur, et même des démembrements (tête, bras). D'après nos observations, c'est une violence surtout stylisée, et elle est parfois fortement développée afin de la dédramatiser, et la rendre irréelle[2283].

Tous les programmes ludiques n'incluent pas une dose de violence, et nous constatons que certains genres sont plus exposés que d'autres. Par exemple, les jeux de réflexion ne sont pas touchés par ces questions. Il en est de même pour les jeux de rôle, malgré la présence de quelques formes de violence (armes, combat). Les types de jeux les plus concernés sont ceux qui font partie de la catégorie action (plate-forme, action, arcade, combat, FPS, jeux de tir spatial). Il s'agit de titres où les joueurs contrôlent directement un personnage ou un véhicule à l'écran. Ils sont souvent instantanés, et ils disposent d'une histoire réduite. Tout est fait pour que l'expérience de jeux soit directe et intense.

Tout au long de notre période d'étude, des jeux provoquent des polémiques et ils sont pris en exemple pour dénoncer le loisir et la violence qu'il montre (et font subir) aux enfants et aux adolescents. Ces polémiques proviennent souvent des Etats-Unis[2284]. Toutefois, nous pouvons noter quelques exemples français. C'est notamment le cas en 1999 dans fait divers impliquant deux adolescents dans le meurtre d'un marginal. *Libération* écrit :

[2283] Nous pensons, par exemple, à un jeu de combat comme *Mortal Kombat*.

[2284] Parmi les polémiques, notons les premières déclenchées aux Etats-Unis par les jeux *Death Race 2000* en 1976 où le joueur peut écraser des piétons avec son véhicule, ou bien encore *Shark Attack*, qui place les joueurs dans la peau d'un requin, où des points sont marqués lorsque l'animal dévore des plongeurs. Nous pouvons aussi citer (surtout pour l'Amérique) des titres comme *Doom* ou *Wolfestein 3D*. Les grandes vagues d'indignations surviennent en France à partir des années 1990. Les titres incriminés sont, entre autre, *Carmageddon* en raison de la possibilité d'écraser des piétons, *Mortal Kombat* pour la présence d'hémoglobine, *Bio Hazard*/*Resident Evil* également pour le sang et pour l'ambiance horrifique, *GTA* car le logiciel propose d'incarner un malfrat ce qui scandalise les syndicats policiers. Enfin, la dernière grande polémique de notre période d'étude intervient en 2003 avec la commercialisation du jeu *Manhunt*, qui voit le joueur incarner un criminel (condamnés à mort) dont le but est de survivre à d'autres criminels. Le scénario du jeu place le joueur au cœur d'un film à la croisée entre la télé réalité et les films se rapportant au genre « *snuff movie* ». Le choc provient de la violence du titre, et surtout du fait qu'il est possible de perpétrer des assassinats.

« Un petit crime en vrai, pour rigoler, entre deux séances de jeu vidéo. Samedi dernier, deux adolescents perpignanais ont voulu se distraire des parties électroniques engagées dans une salle de jeux du centre-ville. Ils sont sortis faire une visite rue de la Lanterne à leur souffre-douleur préféré, un marginal alcoolique de 41 ans. Ils l'ont battu, un peu, et forcé à boire, beaucoup. Ils ont laissé Jean-Luc Cardon étalé dans ses vomissures et sont retournés reprendre leur partie. »[2285]

La pratique des jeux vidéo est mise en parallèle du décès de la personne pour montrer qu'il y a deux mondes, le réel et le virtuel. Une explication reprise par l'avocat d'un des prévenus :

« Lui et les jeunes de son âge baignent dans un monde de jeux virtuels où la sanction n'existe pas. C'est un fait de société, reprend Maurice Halimi. Mais quand le monde réel vient se rappeler à leur souvenir, la redescente est terrible ».[2286]

De cette manière, le crime est lié à la pratique des jeux vidéo qui ferait perdre leur repère aux jeunes, et notamment qui leur donnerait l'impression qu'il n'existe aucune conséquence de leurs actes.

Notons que les indignations sont provoquées par les mêmes jeux[2287]. Ajoutons aussi que si le système de valeur occidental peut être ébranlé par les jeux d'origine japonaise, les polémiques les plus importantes émanent surtout de jeux occidentaux et principalement américains. Le résultat de ces oppositions est dans la plupart des cas des censures, notamment en ce qui concerne le sang (suppression ou coloration en blanc ou vert), des interdictions au moins de dix-huit ans, voire des interdictions de commercialisation[2288].

[2285] Laval (Gilbert), « *Société* : Du jeu virtuel au crime réel, la chute de deux adolescents. A Perpignan, ils ont battu et saoulé à mort un marginal. » dans *Libération*, 9 janvier 1999, http://www.liberation.fr/societe/0101271871-du-jeu-virtuel-au-crime-reel-la-chute-de-deux-adolescents-a-perpignan-ils-ont-battu-et-saoule-a-mort-un-marginal

[2286] *Ibid.*

[2287] Sauf exceptions, notamment en Australie ou en Allemagne où quelques titres peuvent être à l'origine d'interdiction de vente ou de fortes discussions, alors qu'ils ne déclenchent pas spécialement de polémiques pour leur violence, en France ou aux Etats-Unis.

[2288] En France, à notre connaissance aucun jeu n'a été interdit de vente en raison de sa violence.

Pour les éditeurs de jeux vidéo, la violence et les polémiques qui en découlent ne sont pas vraiment un problème. Si certains constructeurs, comme Nintendo, veillent plus ou moins sur les productions, en ayant un cahier des charges et des règles précises en la matière, la plupart des éditeurs tiers voient dans le phénomène un moyen de promotion efficace. Les débats servent ainsi (malgré eux) au battage médiatique, et ils ne font pas de mauvaise publicité aux jeux incriminés (surtout auprès des joueurs). En incluant une dose de violence dans leurs jeux, les éditeurs s'adressent au cœur de cible des jeux vidéo, c'est-à-dire un public masculin et jeune. En outre, elle leur permet implicitement d'indiquer une certaine transgression, et de faire une analogie entre amusement et interdit. A la fin de notre période d'étude, il se développe aussi l'idée que l'utilisation de la violence est synonyme de jeu mature. Comme pour la télévision ou le cinéma, les jeux vidéo ne sont pas un loisir réservé aux enfants et aux adolescents, et de ce fait, ils peuvent aborder des thèmes adultes et s'adresser à un public majeur[2289].

Les jeux vidéo vecteurs de maladies et de problèmes de santé

Après la violence, la santé est l'autre grande préoccupation des opposants aux jeux vidéo, et le second reproche fait à ce loisir. En effet, les jeux vidéo sont accusés de provoquer divers maux, et d'avoir des possibles effets néfastes sur la santé physique et mentale des pratiquants. Ce type de critique apparaît dès le début des années 1980, et nous pouvons différencier deux degrés. D'un côté, nous notons des récriminations multiples d'ordre général, et de l'autre deux thématiques précises qui créent de véritables polémiques et provoquent de multiples débats. Ces dernières sont l'épilepsie et la dépendance, et elles surviennent respectivement au début des années 1990 et à l'aube des années 2000.

En ce qui concerne le premier genre d'accusations, il s'agit de plusieurs symptômes susceptibles d'être causés par l'utilisation des jeux vidéo. Tout d'abord, d'un point de vue physique, ils sont suspectés de provoquer des problèmes musculaires. Les douleurs peuvent notamment survenir dans les mains et les poignets, qui sont une région du corps fortement sollicitée par la pratique (position

[2289] Bien entendu, pour les éditeurs, l'idée de jeux vidéo matures ou destinés en priorité à un public adulte, est aussi un argument commercial fort, qui peut s'adresser aux adolescents.

fixe sur la manette de jeu ou la souris, frappe répétée sur les boutons). De plus, cette dernière peut être à l'origine de tensions diverses, notamment nerveuse, en raison de l'engagement du joueur dans sa partie. Outre cela, la vue est un sens qui concentre bon nombre des attentions. Le fait de regarder un écran, de voir des flashs émanant des jeux, inquiète et donne le sentiment que les jeux vidéo ont un effet sur la vision et qu'ils ont la capacité de l'endommager. Si ce genre de préoccupations est surtout fondé sur une idée reçue[2290], en revanche jouer dans des conditions qui ne sont pas optimales[2291], peut occasionner une fatigue oculaire, au bout d'un certain temps de jeu. Notons également des maux de tête, de dos, ou bien encore des courbatures.

Globalement, les problèmes physiques ne sont pas mis en avant par les accusateurs. Ils les soulignent, indiquent leur éventuelle existence, mais ce n'est pas une source primaire de conflits ou de débats. Les attentions se portent davantage sur les effets psychiques. Les jeux vidéo sont ainsi vus comme un loisir agressif, qui provoque chez les joueurs stress et extrême nervosité (voire même des dépressions nerveuses)[2292]. De même, ils exaspèrent et ils entretiennent les pulsions violentes (ceci rejoint les accusations de violence), ainsi que des complexes vis-à-vis de l'échec. Quelques psychologues s'alarment également des conséquences sur le développement de soi, des difficultés à la concentration, ou des troubles du sommeil. Les parents sont, pour leur part, préoccupés sur les éventuelles incidences de ce loisir sur les résultats scolaires de leurs enfants/adolescents.

Les reproches que nous venons de répertorier apparaissent au fil de la période étudiée comme des poncifs liés aux jeux vidéo[2293]. Ils sont à l'origine de préoccupations, de questionnements, mais ils ne sont pas un véritable frein, selon nous, à la pratique. Le second genre d'accusations qui prend la forme de maladies précises, a beaucoup plus de retentissements, et il provoque de vives inquiétudes. Comme nous l'avons déjà dit précédemment, l'épilepsie et de la dépendance sont les deux principaux troubles rattachés aux jeux vidéo. Nous pouvons remarquer des

[2290] Le même cliché touche aussi la télévision et le moniteur d'ordinateur.
[2291] Par exemple, s'adonner aux jeux vidéo dans une pièce sombre, qui n'est pas suffisamment éclairée.
[2292] Les joueurs peuvent s'énerver en raison de la difficulté d'un niveau, ou parce qu'ils n'arrivent pas à maîtriser une technique, ou à passer à l'étape suivante. De cette manière, ils sont susceptibles de jurer, de s'énerver contre le jeu et contre eux-mêmes, ou de jeter par mécontentement la manette de jeu.
[2293] Les joueurs ou la presse spécialisée s'amusent parfois, non sans ironie, de ces clichés.

points communs entre ces deux affections. Elles sont portées, tout d'abord, à l'attention publique dans la seconde moitié de notre période, ensuite, leur importance provient surtout des médias qui leur donnent un écho retentissant, voire une importance démesurée.

L'épilepsie est un sujet dont l'existence médiatique se situe dans la première moitié des années 1990. Toutefois, des liens entre cette pathologie et les jeux vidéo sont établis dès le début des années 1980. L'origine de l'emballement des médias sur cette question provient du quotidien britannique *The Sun*. Dans son édition du 9 janvier 1993[2294], le journal publie un article intitulé « *Nintendo killed my son* »[2295] dans lequel les jeux vidéo sont accusés d'avoir provoqué le décès d'un adolescent, suite à une crise d'épilepsie. Cependant, il s'avère que le lien entre cette maladie et les jeux vidéo est limité, car la pratique ne cause pas et elle ne rend pas épileptique les individus. C'est ce que rapporte le résultat d'une étude menée par le CNRS. Les résultats indiquent notamment :

« Nous en avons conclu que ce n'est pas le stress dû à un jeu ou l'agressivité de ce même jeu qui déclenchent une crise, mais plutôt les caractéristiques de l'image (mouvement, luminosité, contraste) […] Si l'enfant joue à une certaine distance de l'écran, un mètre ou deux, il ne se passe rien. En revanche, s'il s'approche trop, son champ visuel s'imprègne de ce qu'il y a sur l'écran, et des manifestations peuvent se développer. Alors effectivement, il suffit de prendre quelques précautions: ne pas jouer dans l'obscurité, ni la tête contre l'écran […] il ne paraît pas nécessaire d'interdire les jeux vidéo à tous les sujets épileptiques. D'autant qu'interdire les jeux vidéo aux enfants épileptiques, c'est une brimade de plus.»[2296]

En outre, en 1997, un article sur le sujet note :

« la Commission française de la sécurité des consommateurs a saisi l'occasion pour attirer «l'attention des parents» sur les risques de crises d'épilepsie que peut

[2294] Jolivart Bernard, *Les jeux vidéo*, Paris, PUF, 1994, 128 p. (coll. «*Que sais-je?»)*; p. 105.
[2295] « Nintendo a tué mon fils ».
[2296] Fiere (Remy), « *Ecrans* : Santé, Une étude du CNRS conclut qu'il n'est pas nécessaire d'interdire les jeux à tous les sujets épileptiques. Epilepsie: les jeux vidéo sont blanchis. » dans *Libération*, 23 avril 1999, http://www.liberation.fr/ecrans/0101281082-sante-une-etude-du-cnrs-conclut-qu-il-n-est-pas-necessaire-d-interdire-les-jeux-a-tous-les-sujets-epileptiques-epilepsie-les-jeux-video-sont-blanchis

déclencher, chez certaines personnes prédisposées, la diffusion à la TV d'images lumineuses de jeux vidéo. La commission rappelle qu'elle avait, dans un avis en date du 7 avril 1993, recommandé aux fabricants de consoles et aux éditeurs de jeux vidéo d'avertir le consommateur du risque de «crises d'épilepsie» pour les personnes dites photosensibles. A l'époque, une trentaine de cas d'épilepsie liés à l'usage des jeux vidéo avaient été recensés en France. »[2297]

Les jeux vidéo peuvent révéler la maladie chez les personnes prédisposées, mais aussi être un facteur qui déclenche des crises chez un certain type d'épileptique[2298]. Ainsi, seuls les épileptiques dits photosensibles sont concernés, ce qui représente une population peu nombreuse parmi les malades[2299]. Toutefois, le sujet est suffisamment pris au sérieux pour qu'en juillet 1993, un arrêté ministériel ordonne l'opposition de mises en garde sur l'emballage et la notice d'emploi des jeux vidéo ainsi que dans les établissements mettant des jeux vidéo à la disposition du public[2300]. Outre le fait d'alerter sur les possibilités d'épilepsie, l'arrêté donne les conseils d'utilisation suivants :

« Ne vous tenez pas trop près de l'écran. Jouez à bonne distance de l'écran de télévision et aussi loin que le permet le cordon de raccordement. Utilisez de préférence les jeux vidéo sur un écran de petite taille. Evitez de jouer si

---

[2297] Franklin (Romain), « Vous : Un dessin animé qui rend fou. 650 petits Japonais pris de convulsions après sa diffusion. » dans *Libération*, 18 décembre 1997, http://www.liberation.fr/vous/0101231791-un-dessin-anime-qui-rend-fou-650-petits-japonais-pris-de-convulsions-apres-sa-diffusion

[2298] Les crises peuvent survenir en raison des flashs et autres clignotements qui émanent des jeux vidéo, et donc par suite du scintillement (rapide) de l'écran.

[2299] Entre 2% et 5% des épileptiques sont concernés, ce qui représente à l'échelle de la population française, à peu près, entre 0,01% et 0,05% des individus. En outre, selon la commission pour la sécurité des consommateurs, les jeux vidéo sont responsables des crises, seulement dans une trentaine de cas (le magazine anglais *Edge* relaie une étude pédiatrique de 1994, qui recense pour sa part une cinquantaine de cas depuis l'avènement des jeux vidéo). Voir : Roustan (Mélanie, sous la direction de), *La pratique du jeu vidéo : réalité ou virtualité ?*, L'Harmattan, 2003, 224 p. ; p. 148 ; Jolivart Bernard, *Les jeux vidéo*, Paris, PUF, 1994, 128 p. (coll. «*Que sais-je?»)*; p. 105 ; Ichbiah (Daniel), *Bâtisseurs de rêve : enquête sur le nouvel eldorado des jeux vidéo*, Paris, First Documents, 1997, 430 p. ; p. 377.

[2300] Les ministres concernés sont le ministre de l'économie, le ministre de l'industrie, des postes et télécommunications et du commerce extérieur et le ministre du budget. Soulignons qu'un nouvel arrêté est pris en novembre 1994. Celui-ci semble être une confirmation du premier puisqu'il nous ne percevons pas de différences dans les mesures imposées. Il compte moins d'articles et il est signé par les ministres, respectivement Edmond Alphandery (économie), Jose Rossi (industrie, postes et télécommunications et commerce extérieur) et Nicolas Sarkozy (budget). « Arrêté du 2 novembre 1994 ordonnant l'apposition de mises en garde sur l'emballage et la notice d'emploi des jeux vidéo ainsi que dans les établissements mettant des jeux vidéo à la disposition du public », http://www.legifrance.gouv.fr/affichTexte.do;jsessionid=FF756788E8CA06F001D27E59C7BBCA65.tpdjo04v_2?cidTexte=JORFTEXT000000733364&categorieLien=id

vous êtes fatigué ou si vous manquez de sommeil. Assurez-vous que vous jouez dans une pièce bien éclairée. En cours d'utilisation, faites des pauses de dix à quinze minutes toutes les heures. »[2301]

Notons qu'une revue spécialisée comme *Joypad* n'apprécie pas ce règlement qu'elle prend pour une persécution vis-à-vis du jeu vidéo, et une excitation des peurs qui n'ont pas lieu d'être[2302].

La dépendance aux jeux vidéo est une idée qui apparaît dans les médias au début des années 2000. Elle établit un parallèle entre la pratique « vidéoludique » et les drogues, dont les principaux symptômes sont des sessions de jeu très fréquentes, mais surtout une durée de jeu excessive. Il y a alors une sorte d'abandon total de l'individu dans les jeux vidéo, ce qui peut avoir des effets négatifs sur sa vie social, et professionnelle, et pour les enfants et les adolescents, occasionner des problèmes scolaires (mauvaises notes, absentéisme, voire déscolarisation). Dans un article de *Libération* sur la « cyberdependance », cette dépendance n'est pas présentée comme spéciale. Nous pouvons lire :

« Chez les «cyberdépendants», «on retrouve le même type de mécanismes que dans les cas de boulimie, d'achats ou de pratiques sportives compulsifs, d'abus d'alcool et de sexe», poursuit ce praticien qui avoue «défricher pour l'instant ce type de comportement […] Il n'y a pas de profil type pour ce type d'addiction, ou plus exactement il y a autant de profils que pour la dépression : c'est ce qu'on appelle un syndrome carrefour, où l'on retrouve la psychose, la névrose, les borderline, les troubles obsessionnels compulsifs »[2303]

[2301] « Arrêté du 21 juillet 1993 ordonnant l'opposition de mises en garde sur l'emballage et la notice d'emploi des jeux vidéo ainsi que dans les établissements mettant des jeux vidéo à la disposition du public » http://www.legifrance.gouv.fr/affichTexte.do;jsessionid=FF756788E8CA06F001D27E59C7BBCA65.tpdjo04v_2?cidTexte=JORFTEXT000000712902&categorieLien=id

[2302] Mic Dax, « La France déclare la guerre aux jeux : *Joypad* mobilisé » dans *Joypad*, n° 23, septembre 1993, p. 32.

[2303] Ecoiffier (Matthieu), Peyret (Emmanuèle), « *Week-end* : les cyber drogués » dans *Libération*, 8 juin 2002, http://www.liberation.fr/week-end/0101415722-les-cyber-drogues

Le thème de l'addiction aux jeux vidéo est ainsi intégré à une problématique plus générale liée à la dépendance dans son ensemble. Par ailleurs, l'article cité précédemment souligne :

« Mais comme les premiers cyberdépendants sont aussi traités pour leur dépendance à l'héroïne ou la cocaïne, il est pour l'instant difficile d'isoler une médication spécifique. Ils prennent un cocktail à base de molécules de substitution, de calmants, etc. Et ceux dont la cyberdépendance révèle une pathologie psychiatrique identifiée bénéficieront du traitement classique pour ce genre de trouble. »

On peut donc conclure qu'à la manière de l'épilepsie, la dépendance aux jeux vidéo n'est qu'un révélateur (et un moyen de substitution) qui touche des personnes ayant déjà des problèmes d'addiction, des troubles psychologiques, ou des difficultés liées à un contexte familial particulier (divorce, conflits avec les parents). C'est ce que souligne, par exemple, un colloque à l'hôpital Marmottan à Paris sur l'addiction aux jeux vidéo des adolescents :

« Cliniquement, nous observions schématiquement 3 types de situations :

Un premier type où l'usage abusif ancien ou récent de jeunes ados dans la tranche des 14, 15, 16 ans, s'inscrivait dans un contexte de séparation parentale, avec conflits entre l'enfant et la mère, pouvant prendre un aspect de violence verbale ou physique de la part de l'enfant, le père restant dans la coupure, dans l'absence.

Il n'était pas rare que l'usage s'accompagne de troubles autres, somatiques ou psychosomatiques. Dans ce cas, nous songions plutôt à une consultation spécialisée pour l'adolescent ou à des entretiens de thérapie familiale.

Un deuxième type où l'usage abusif sur plusieurs années du jeune, dans la tranche des 18-20 ans, s'inscrivait encore dans un contexte de séparation, de divorce parental, avec interruption de la relation entre le garçon et son père.

Lorsque la prise en charge des parents permettait une réorganisation familiale, plus précisément une reprise des relations entre le père et le jeune, on constatait que la dépendance, s'estompait et qu'il était capable de resonger à des projets, notamment de reprise scolaire. Il s'agissait très souvent pour eux de s'orienter vers des écoles d'arts plastiques, d'infographisme ou d'informatique.

Une variante de ce type était représentée par les familles dans lesquelles les parents vivaient ensemble mais connaissaient des difficultés conjugales ou étaient particulièrement anxieux et avaient des perceptions différentes des difficultés de leur enfant.

Dans ce cas, il s'agissait plutôt d'un travail de réassurance pour les parents, en proposant des rendez-vous de temps en temps pour faire le point et de soutien personnel pour l'enfant.

Un troisième type où la dépendance s'inscrivait dans un tableau de troubles plus sévères, phobies importantes, troubles psychotiques et là nous pensions plus à une orientation vers des CMP ou des CMPP, en parallèle parfois avec un suivi à Marmottan »[2304]

En outre, notons que cette « cyberdependance » ne concerne pas uniquement que les jeux vidéo « classique » mais aussi les jeux en ligne et Internet. Les medias, et notamment la télévision, commencent à traiter du sujet au début des années 2000, et ils peuvent laisser entendre l'existence d'un lien entre ces pratiques et la dépendance. Selon, Irène Codina (psychologue à l'Hôpital Marmottan), les consultations pour des problèmes liés aux jeux vidéo et à la dépendance ont commencé à être significatives à la fin de l'année 2001[2305]. Les demandes n'ont alors cessé d'augmenter, pour représenter en 2002, 9% de la file active, puis 25% en 2003. Elle indique également que les rendez-vous sont pris par les parents d'enfants et d'adolescents, bien souvent après avoir entendu parlés du sujet dans les médias.

[2304] *Jeux vidéo et internet : une nouvelle forme d'addiction chez les adolescents*, colloque du 31 mars 2006, http://www.hopital-marmottan.fr/publications/Forum_europeen_de_la_sant__Ir_ne.doc

[2305] « *Inquiétude des parents devant l'attitude des enfants en prise aux jeux vidéo sur Internet* », acte du colloque *Jeux vidéo et Internet. Une nouvelle forme d'addiction chez les adolescents*, dans Le Club Européen de la Santé, http://www.hopital-marmottan.fr/publications/Forum_europeen_de_la_sant__Ir_ne.doc

Leur inquiétude est alors fondée sur la croyance que les cas présentés, reflètent la pratique de jeu de leurs progénitures. Ainsi, quelques heures de jeux suffisent pour déclencher des suspicions d'addiction.

Soulignons que cette question de la dépendance aux jeux vidéo ou à Internet n'émerge qu'à la fin de la période étudiée, et qu'elle se développe plutôt durant la seconde moitié des années 2000, avec la croissance d'Internet et du jeu en ligne dans la société.

Une pratique ludique qui isole

Enfin, terminons ce tour d'horizon des griefs envers les jeux vidéo par l'évocation de l'isolement des joueurs. Ce reproche né de la faculté des jeux vidéo à proposer des parties en solitaire. Ainsi, un certain nombre de personnes perçoivent cette disposition comme négative, et la pratique comme un loisir isolant. L'image attachée à cette idée est celle du joueur seul devant son écran, intégré et hypnotisé par le jeu. Cette question se pose dès le début des années 1980. Olivier Chazoule dans *Tilt* rapporte :

« le débat est ouvert sur l'individualisme des jeux vidéo ou au contraire son caractère convivial. Certains joueurs se complaisent dans la solitude et passent du Walkman au jeu vidéo par crainte de communiquer »[2306].

Et cet argument de l'isolement est aussi utilisé contre Internet. Par exemple, *Joypad* note dans sa revue de presse le portrait réalisé par le *Nouvel Observateur*, d'un jeune attiré par les jeux vidéo, les nouvelles technologies, et les *manga*. Nous relevons le passage suivant :

« Internet est une véritable aubaine pour lui car il peut, enfin, communiquer tout en restant seul. […] Lorsqu'il sort de chez lui, c'est pour s'attabler le plus vite possible à un cybercafé, où il n'aura pour seul interlocuteur que l'écran du Net qui lui sert de miroir. »[2307]

[2306] Chazoule (Olivier), « *Actuel* : voyage au bout de l'envie » dans *Tilt*, n° 4, mars/avril 1983, p. 72 col. 2.
[2307] « *Revue de presse* : cybertribu toi-même !» dans *Joypad*, n° 48, décembre 1995, p. 8 col. 2.

Les peurs tournent autour de thématiques telles que l'incorporation à un monde virtuel, une perception altérée du monde réel (celui qui entoure le joueur)[2308], et surtout une désocialisation, et donc un repli extrême sur soi. De plus, pour un psychiatre comme Claude Allard, pense que la pratique favorise un sentiment de puissance chez les enfants. Il dit notamment :

« Et le mouvement des personnages, les événements sur l'écran, renforcent le sentiment de toute-puissance narcissique de l'enfant qui, heureusement, échoue parfois. On observe cependant une telle emprise du jeu sur l'enfant emprise qui se fait au détriment des jeux de figurines, des bricolages, modelages, dessins, jeux de société que même les parents n'arrivent plus à l'en sortir, sinon au prix d'une dispute ou d'une sanction. »[2309]

En outre, l'argument de l'isolement est avancé pour montrer que les jeux vidéo ne sont pas vraiment un loisir ludique, et qu'ils sont inférieurs aux jeux traditionnels tels que les jeux de sociétés.

Conclusion : des jeux vidéo font peurs

Durant la période étudiée, nous constatons que plusieurs types de griefs sont portés envers les jeux vidéo. La violence, les maladies, et l'isolement. Ils découlent des interrogations des adultes sur une pratique qui a envahi les loisirs de la jeunesse. De cette manière, il y a une recherche constante pour savoir si certains faits divers, certaines maladies ou comportements pathologiques ne peuvent pas avoir un lien avec ce nouveau type de loisir. Plus généralement, nous pensons que ces reproches sont liés à la montée des écrans et des images, mais aussi de l'informatique dans la société.

[2308] Nous avons pu voir cet argument de la perte de repères réels lorsque nous avons évoqué la violence et les jeux vidéo, et cité l'exemple d'un fait divers s'étant déroulé à Perpignan. Voir p. 633.
[2309] Allard (Claude), « *Cahier spécial* : Les jeux vidéo et leur monde virtuel peuvent-ils représenter un danger pour les enfants? Oui. Ils renforcent le sentiment de toute-puissance » dans *Libération*, 20 mai 2000, http://www.liberation.fr/cahier-special/0101335407-les-jeux-video-et-leur-monde-virtuel-peuvent-ils-representer-un-danger-pour-les-enfants-oui-ils-renforcent-le-sentiment-de-toute-puissance-par-claude-allard

b) Les peurs vis-à-vis de la pratique du jeu vidéo

Nous venons de décrire les principaux reproches adressés aux jeux vidéo, que nous avons classés en trois grandes catégories (violence, maladie, isolement). Ils sont le fait de différents groupes d'individus, tels que les parents, les associations familiales, les politiques, les médias (presse écrite, télévision), ou bien certains professionnels de secteurs annexes (comme celui du jouet). Leurs attaques sont motivées par la défense de convictions sur des thèmes qui touchent les jeux vidéo[2310], mais aussi d'intérêts plus ou moins proche avec ce loisir. Nous allons présentement analyser les causes qui, selon nous, peuvent contribuer à expliquer les hostilités envers ce type de jeux numériques et informatiques.

Des oppositions qui ne sont pas inédites

Pour commencer, il faut souligner que l'opposition aux jeux vidéo n'a pas de caractère exceptionnel ou inédit. En effet, nous pensons qu'elle fait partie de ces luttes classiques, qui surviennent contre un phénomène de mode ou de société, mais aussi et surtout contre un élément des cultures juvéniles. Ainsi, avant les jeux vidéo, d'autres loisirs culturels connurent des hostilités en France, entre les années 1950 et les années 1990[2311]. Pour notre période d'étude, rappelons qu'en plus de notre sujet principal, les rejets se centrent aussi sur les *manga*, l'animation japonaise. Par exemple, le mensuel *Joypad* rapporte dans son édition d'octobre 1995, un article du quotidien *Nice Matin* qui s'alarme de la violence du dessin animé *Dragon Ball Z* :

« Folies des cours de récré, les pogs à l'image de Sangohan, Sangoku, Vegeta, et autres créatures, toutes plus agressives les unes que les autres, ont eux aussi ruiné les économies de vos bambins de plus en plus accros aux japoniaiseries […] la violence physique et psychologique qui caractérise le comportement de la plupart

[2310] Par exemple, la violence, l'éducation, les jeux, les loisirs des enfants et des adolescents.
[2311] Parmi ces loisirs appréhendés et vilipendés, nous pensons notamment à la musique avec le rock, la télévision et certaines de ses émissions et séries, des films de cinéma, mais aussi à la bande dessinée américaine (les « *comics* »), dont l'importation est même limitée à l'aube des années 1950, par la loi du 16 juillet 1949. Cette loi vise à réguler les publications destinées à la jeunesse (surveillance, censure, contrôle des contenus par une instance publique) et elle met en place un protectionnisme pour restreindre la part des bandes dessinées étrangères en France.

des héros de la plupart de ces dessins animés ne peut que troubler le jeune public. »[2312]

Il nous apparaît que ces antagonismes demeurent particulièrement dans la continuité des mobilisations à l'encontre des publications pour la jeunesse et les bandes dessinées qui apparaissent dès l'entre deux guerres, mais principalement après la Seconde Guerre mondiale[2313].

Une incompréhension entre génération

Nous pouvons les expliquer par l'argument du fossé entre les générations. Globalement, et mis à part quelques exceptions, la jeunesse a tendance à être touchée et happée par les nouvelles vagues plus rapidement et fortement que ses aînés, qui demeurent beaucoup plus sceptiques, prudent et surtout indifférents. Dans le cadre des jeux vidéo, c'est particulièrement visible lors de l'achat de logiciels ludiques. De nombreux parents financent, ou offrent des jeux (vidéo) à leurs enfants, sans pour autant chercher à savoir ce qu'ils prennent, et sans s'intéresser à cette pratique ludique. C'est perçu par beaucoup d'adultes comme un loisir de jeunes et d'enfants, qui ne leur est pas destiné[2314].

Suivant la logique du conflit entre les générations, les oppositions peuvent être motivées par la peur des adultes sur une éventuelle influence néfaste des nouvelles tendances sur la jeunesse. C'est une constante globale et générale, qui ne touche pas uniquement les jeux vidéo, et qui se justifie essentiellement par deux points. Ces derniers sont, d'une part l'absence de caractères pédagogiques, et d'autre part, l'immoralité (amoralité, violence) susceptible de provoquer des comportements criminels. Ils sont invoqués systématiquement pour alerter, mettre en garde, et dénoncer les nouvelles thématiques et les nouvelles pratiques qui plaisent aux jeunes. Ces deux arguments partent du principe qu'il y a un danger pour la jeunesse, et que cette dernière n'est pas non plus en mesure de faire la part des choses. Les

[2312] TSR, « *Revue de presse* : *Dragon Ball Z* fait le bonheur des…psychiatres » dans *Joypad*, n° 46, octobre 1995, p. 8 col. 1. et 2.
[2313] Méon (Jean-Matthieu), « *La protection de la jeunesse comme légitimation du contrôle des médias* » dans *amnis.revues.org*, 1er septembre 2004, http://amnis.revues.org/720
[2314] Ce sentiment peut être aussi renforcé par le possible refus des enfants et surtout des adolescents à initier leurs parents aux jeux vidéo, et donc à les faire entrer dans « leur » monde.

jeux vidéo inquiètent d'autant plus qu'à la manière des autres jeux, ils n'engagent pas la responsabilité des joueurs[2315], et ce malgré les actions, parfois très dures, que ces derniers sont amenés à réaliser (de façon virtuelle). L'absence de conséquences, qui restent de l'autre côté de l'écran de jeu, interpelle et rend suspicieux les non-initiés.

Nous pouvons aussi nous demander si ce dernier point ne peut pas découler du décalage entre les générations par rapport aux heures passées devant la télévision. Comme nous l'avons déjà évoqué, les 15-24 ans sont la classe d'âge qui passe le moins de temps à regarder la télévision[2316]. On peut donc supposer que la pratique de l'interaction avec la télévision apparaît comme quelque chose qui n'est pas naturelle chez les adultes, chez les parents. Ces derniers ont l'expérience d'une télévision « passive » alors que le loisir « vidéoludique » rend le « spectateur » actif devant son écran.

Ensuite, et en lien direct avec le paragraphe ci-dessus, les oppositions sont le fruit d'incompréhensions. Les détracteurs ne comprennent tout simplement pas l'intérêt de ces nouveaux jeux, qui n'ont, à leurs yeux, aucune propriété ludique (comparé aux jeux traditionnels comme les jeux de société). De ce fait, et en vertu de leurs croyances, ils ne saisissent pas l'engouement pour les jeux vidéo, et ils y voient une pratique qui n'a rien d'amusant et de divertissant.

En outre, leurs jugements (y compris certains docteurs et autres scientifiques) sont fondés sur des analyses qui ne sont pas toujours pertinentes, notamment quand il s'agit d'évaluer le lien entre les jeux vidéo et la violence. Dans un entretien au site d'information en ligne *Rue89*, Vanessa Lalo, une psychologue clinicienne, rapporte :

« j'ai fait un état des lieux de la recherche des années 80 à aujourd'hui, et de la violence faite aux jeux vidéo, donc avec un retour sur les études réalisées depuis une quinzaine d'années et qui essaient de faire le lien entre « jeux vidéo violents » et violence dans la société. Les études sur lesquelles ces gens se basent, celles de

[2315] Roustan (Mélanie, sous la direction de), *La pratique du jeu vidéo : réalité ou virtualité ?*, L'Harmattan, 2003, 224 p. ; p. 50.
[2316] Voir p. 461.

Craig Anderson principalement, ont été réfutées par la Cour suprême américaine en 2010, à cause de leurs méthodologies biaisées. En fait, les chiffres que les études ont tenté de mettre en corrélation, ne peuvent pas prouver de causalité. La Cour suprême a donc complètement réfuté ces études, qui ne peuvent plus être considérées comme des recherches scientifiques fiables. »[2317]

De même, elle note :

« c'est une bonne chose que les recherches commencent à se pencher sur le gameplay au lieu de se centrer sur les aspects « PEGI, sang et violence ».

Nous pouvons déduire que ce qui pose problème, c'est aussi la nature des études qui se penchent sur les jeux vidéo davantage par rapport à la télévision et à l'image, et en mettant de côté les aspects de la maniabilité. Or, la violence qui peut en découler n'est de même nature suivant les types de jeux.

D'autre part, nous constatons que les oppositions sont renforcées par l'incompréhension mutuelle entre les réfractaires et les partisans des jeux vidéo. Comme indiqué précédemment, les deux parties campent sur leurs positions, et ils ne cherchent pas à analyser les critiques, et à accepter la remise en cause de leurs points de vue.

Des oppositions économiques mais aussi pour la protection des consommateurs

L'opposition aux jeux vidéo est également suscitée par des considérations économiques et politiques. Pour le premier point, les raisons économiques, il faut voir, tout d'abord, que les jeux vidéo sont perçus comme de redoutables concurrents, par certains secteurs du divertissement et autres industries de loisirs culturels[2318]. La progression de ces nouveaux jeux informatiques est alors vue comme néfaste, dans le sens où elle est accusée de détourner les utilisateurs, et notamment les jeunes,

[2317] Rogerie (Arnaud), « *Entretien* : On ne parle pas de l'influence positive des jeux vidéo » dans *Rue89.com*, 17 mai 2012, http://www.rue89.com/rue89-culture/2012/05/17/ne-parle-pas-de-linfluence-positive-des-jeux-videos-232237

[2318] Nous pensons notamment au secteur du jeu et du jouet, au cinéma, ou bien encore à la télévision.

des distractions traditionnelles[2319]. La conséquence directe de cette émergence est une baisse possible et supposée des revenus financiers. De cette manière, les attaques contre les jeux vidéo sont la solution trouvée pour provoquer une certaine peur de cette nouvelle pratique, et ainsi ralentir son développement, et freiner son usage domestique. Ensuite, les reproches faits aux jeux vidéo sont des thèmes polémiques, qui permettent d'attirer l'attention, en faisant du sensationnel et des sujets racoleurs. Les médias écrits ou télévisuels ont porté envers les jeux vidéo toutes sortes d'accusations, mais aussi ils ont établis des liens de conséquences, parfois de manière gratuite, entre des actualités importantes et graves et le loisir « vidéoludique ». Par exemple, en 1993, dans un article du *Figaro* consacré à la prise d'otage d'une école maternelle à Neuilly-sur-Seine, le journaliste fait la relation entre les jeux vidéo et le comportement du preneur d'otage Eric Schmidt. Il écrit notamment :

« La prise d'otages de la maternelle de Neuilly-sur-Seine est doublement inédite : elle n'a pas de précédent dans les annales de l'Éducation Nationale et elle pourrait marquer la première intrusion dramatique de l'univers des jeux vidéo dans la réalité. Le profil psychologique du preneur d'otages tel qu'il a été dressé par les responsables de la police judiciaire s'apparente en effet au portrait d'un maniaque de "Super Mario", Megamania et autres Zelda, ces "video games" dont la vogue actuelle touche aussi bien les enfants que les jeunes adultes. […] Comme dans les jeux de rôles, les participants prononcent une formule codée : elle signifie qu'ils adhèrent au scénario édicté par le concepteur de la prise d'otages. Comme dans "Super Mario 2", l'acteur se protège dans son parcours par des "vies" – celles des enfants -, des "superpouvoirs" – ceux procurés par ses explosifs – et cherche à gagner des pièces d'or. »[2320]

De même, après les attentats du 11 septembre 2001 à New York, certains titres de la presse informative américaine se sont lancés dans des diatribes contre les jeux

[2319] Nous ne disons pas que la pratique de jeux vidéo prend le pas sur d'autres loisirs. Nous voulons signifier que la consommation de ces nouveaux jeux s'intercale dans les usages de divertissements, et qu'elle fait baisser le temps accordé aux autres distractions. Par exemple, lorsque les jeunes jouent aux jeux vidéo, ils ne sont pas en train de regarder des programmes télévisés, ce qui fait baisser l'audience de certaines émissions.
[2320] « Le courrier des lecteurs » dans *Superpower*, n° 12, été 1993, p. 6 col. 1.

vidéo, en établissant des liens entre ces derniers et les attentats[2321]. D'une part, ces articles offrent la possibilité de rédiger et de diffuser de nouveaux avertissements contre ces jeux, et d'autre part, ils sont, dans une certaine mesure, aussi un moyen de développer une audience ou de captiver un lectorat.

Pour ce qui est des raisons liées aux consommateurs, nous pouvons noter les initiatives d'une association comme Famille de France qui pointe la violence de certains jeux et tente d'empêcher leur commercialisation :

« Pour aller vite, on pourrait résumer ainsi l'idéologie de certains jeux vidéo dits violents, parmi lesquels Resident Evil II, Carmageddon II, Sanitarium et autres gracieusetés, placés sur liste noire par l'Association des familles de France. Mi-février, celle-ci s'est énervée sur ces jeux «dégradants», a réclamé qu'ils soient retirés des rayons pour enfants de la grande distribution et cantonnés à des magasins spécialisés (Libération du 12 février). Tout en se défendant d'avoir cédé à cette association, plusieurs grands distributeurs, dont Auchan, ont retiré des rayons les jeux en question. »[2322]

Une polémique naît de ces retraits car certains défenseurs des jeux vidéo y voient une sorte de censure. C'est le cas d'Olivier Séguret qui pense que :

« Les coups de boutoir régulièrement portés par l'association Familles de France contre des jeux vidéo qu'elle considère «particulièrement violents ou dégradants» sont un bon révélateur, a contrario, de l'état d'esprit dans lequel cette culture émergente est aujourd'hui tenue: quelque part entre indifférence et mépris. Car l'intéressant dans cette affaire, ce n'est pas simplement la tentative de diabolisation un brin hystérique à laquelle l'association (parfaitement dans son rôle, hélas) se livre. C'est aussi le peu d'émotion que la censure rampante prônée par Familles de France, et parfois obtenue, suscite chez les défenseurs patentés des libertés publiques, malgré la grossièreté des arguments du camp adverse, qui assimile le jeu

[2321] Trazom, « *Tendance* : jouons pour oublier » dans *Joypad*, n° 113, novembre 2001, p. 4 col. 2.
[2322] Peyret (Emmanuèle), Clément (Arthur), « *Ecrans* : *Forum*. De grands distributeurs ont retiré de la vente quatre titres jugés trop violents, relançant le débat sur la censure. Qui a peur des jeux vidéo? » dans *Libération.fr*, 5 mars 1999, http://www.liberation.fr/ecrans/0101275945-forum-de-grands-distributeurs-ont-retire-de-la-vente-quatre-titres-juges-trop-violents-relancant-le-debat-sur-la-censure-qui-a-peur-des-jeux-video

vidéo à une drogue et instrumentalise éhontément l'actualité […] c'est généralement un silence embarrassé qui accueille ces excommunications arbitraires. »[2323]

Si l'association est dans son rôle, c'est la manière d'effectuer ses demandes qui n'est pas accepté. En outre, lorsque le journaliste parle « d'excommunications arbitraires », il se fonde sur le fait que certains titres incriminés sont les seconds volets d'une série dont le premier épisode n'a pas suscité le même émoi, alors que son contenu est identique. On peut aussi se demander si ce type d'action n'est pas perçu comme opposition frontale, sans volonté de comprendre les jeux vidéo, d'étudier cette forme ludique pour tirer des conclusions, et éventuellement émettre des avertissements et des conseils d'utilisation.

La peur de la machine et des mondes virtuels

Tout au long de notre période d'étude, il apparaît qu'une des raisons principales du rejet des jeux vidéo, est une peur des machines, et des mondes virtuels créés par elle. En somme une méfiance vis-à-vis de la technologie (utilisée dans un but de divertissement). Entre les années 1970 et le début des années 1980, les inquiétudes se concentrent sur la possibilité pour l'homme de perdre le contrôle de l'ordinateur[2324]. Nous constatons à quelques reprises dans des articles de presse spécialisée (informatique ou jeux vidéo) une mise au point, qui indique aux lecteurs que l'ordinateur n'est qu'un outil, sans aucune conscience[2325]. Il ne peut rien faire sans l'intervention de l'homme, et il n'a pas de pouvoir de décision. De la même manière, des possibilités improbables, voire extraordinaires et magiques sont parfois prêtés aux engins de divertissement informatique[2326]. Ces croyances proviennent essentiellement du fait que l'ordinateur et les systèmes de jeux vidéo représentent une nouveauté, mais aussi et surtout de la méconnaissance du public de leur mode

[2323] Seguret (Olivier), « *Ecrans* : Moi jeux. Censure silencieuse » dans *Libération.fr*, 8 octobre 1999, http://www.liberation.fr/ecrans/0101295021-moi-jeux-censure-silencieuse
[2324] Cette thématique est abordée dans un film comme *2001, l'Odyssée de l'espace* de Stanley Kubrick (sortie dans les salles en 1968).
[2325] Par exemple, c'est le cas en 1973 dans le hors-série dédié à l'informatique du magazine *Science et Vie*. « Art et ordinateur » dans *Science et Vie*, numéro hors série informatique 73, mars 1973, p. 82 col. 1 et 2.
[2326] Dans un de ces articles, *Tilt* rapporte un fait divers dans lequel un avion aurait été détourné de son plan de vol, en raison de l'utilisation d'un jeu électronique de type *Game and Watch*. L'article précise que cette affaire est grossie par les médias, et il rappelle que les jeux vidéo n'ont pas la puissance nécessaire pour causer de telles interférences. Ilous (Joëlle), « Faut pas prendre les jeux vidéo du bon dieu pour des pirates sauvages » dans *Tilt*, n° 12, mai 1984, p. 60 col. 2 et 3, p. 79 col. 1 et 2, p. 91 col. 1, 2 et 3.

de fonctionnement. Plus généralement, il s'agit à la fois d'ignorance et d'inexpérience des nouvelles technologies qui se démocratisent, et d'un enthousiasme certain pour ces dernières[2327].

Dans la seconde partie de notre période, entre les années 1990 et les années 2000, les craintes changent de nature, principalement parce que le public a une connaissance plus approfondie des jeux vidéo et de l'informatique. Elles se reportent une nouvelle fois sur un motif inconnu et nouveau, à savoir la réalité virtuelle et les mondes virtuels (tels que ceux des jeux vidéo en ligne sur Internet). L'euphorie des joueurs pour ses mondes ludiques, de plus en plus réels d'un point de vue graphique, provoque une suspicion des néophytes et des profanes. Nous percevons que le problème se situe dans la crainte de les laisser seuls avec leurs systèmes de jeux et devant leur écran. Comme si ces univers allaient envoûter les joueurs, et les influencer négativement. L'appréhension par rapport aux jeux vidéo est d'autant plus grande que la pratique et la passion pour ces mondes ludiques et virtuels se révèlent obscures et secrets pour de nombreuses personnes (tout spécialement pour les parents).

Conclusion : une peur liée à un nouveau loisir de la jeunesse

La peur suscitée par les jeux vidéo n'est pas spécifique à ce secteur de divertissement. D'autres domaines sont aussi concernés durant la période étudiée comme la musique (métal, mouvement gothique, rap), la bande dessinée (notamment les *manga*), ou même certains genres de cinéma (cinéma d'horreur). Globalement, les passions de la jeunesse pour de nouvelles disciplines ou de nouveaux genres d'arts provoquent méfiances, suspicions et interrogations de la part des adultes.

Les attaques dont les jeux vidéo font l'objet proviennent essentiellement de deux facteurs. Premièrement, de l'incompréhension des détracteurs pour ce loisir qui ne ressemble en rien aux autres jeux. Notamment en raison d'un conflit entre les

[2327] Ainsi, les ordinateurs et les jeux vidéo provoquent une véritable fascination, qui frappe l'imagination des individus, entretenue aussi par la mode de la science-fiction, des robots et le rapprochement de la fin du siècle. Etant donné que ces machines et ces jeux sont vus comme un morceau de l'an 2000, ils leur prêtent alors volontiers des capacités rêvées, qui ne sont pas communes.

générations, et de l'incapacité des deux camps à se comprendre, les opposants n'accordant aucun crédit à ce loisir, et aucun intérêt de s'y adonner. D'après leurs valeurs, les jeux vidéo ne peuvent être que négatifs. En outre, la méconnaissance de l'informatique, les mondes virtuels ou bien encore l'interaction avec l'écran de télévision qui rendait les téléspectateurs jusqu'alors passifs, sont des facteurs favorisant angoisses et craintes. Deuxièmement, des motifs économiques encouragent la condamnation et le développement de thèmes, qui montrent les jeux vidéo sous un mauvais jour. Les uns, et c'est notamment le cas des médias, pour accroître leurs audiences. Les autres, tels que les industriels de la culture et des loisirs, pour freiner l'extension et la progression d'un secteur concurrent.

Nous constatons que les protestations contre les jeux vidéo vont en s'accroissant au fur et à mesure de notre période d'étude. Au début des années 1980, la société française semble plus ouverte, moins sensible à la peur de l'inconnu et moins réfractaire aux nouveautés. L'émergence des jeux vidéo et de l'informatique est à couplé avec le sentiment de voir arriver l'an 2000 et le progrès futur. Nous pouvons aussi nous demander si l'arrivée au pouvoir des socialistes et de la gauche, qui représente une première dans la V^{e} République, ne participe pas non plus à ce climat plutôt tolérant et réceptif. La montée de la contestation et du rejet des jeux vidéo intervient principalement dans la première moitié des années 1990, marquée par une crise économique, le retour aux affaires de la droite, et une montée des conservatismes. Néanmoins, les peurs, les avertissements, les médias alarmistes, n'ont aucune incidence sur le développement de l'industrie des jeux vidéo. Malgré les mises en garde, les parents continuent à acheter des jeux pour leurs enfants. De plus, non seulement les professionnels de ce secteur s'accommodent de ses critiques, mais en plus les communautés issues des jeux vidéo (joueurs, journalistes) y font face.

2) Pourquoi jouer aux jeux vidéo ?

a) Les raisons de s'adonner aux jeux vidéo

Afin de faire contrepoids aux oppositions et aux accusations portées contre les jeux vidéo, des voix émergent pour prendre la défense de cette industrie de loisir, en mettant en avant ses propriétés ludiques, ainsi que de supposés bienfaits. Les partisans du secteur mettent en valeur toutes actions, toutes études et analyses, qui permettent de montrer les avantages et les bons cotés de la pratique. De même que pour les attaques et autres reproches, l'argumentaire en faveur des jeux vidéo apparaît dès le début des années 1980. En outre, il faut souligner que les exemples choisis ou le type d'études mis en avant demeurent à peu près les mêmes, tout au long de la période étudiée[2328].

Une pratique ludique normale

Le premier réflexe de défense des jeux vidéo est de dédramatiser l'usage de la pratique et de la normaliser. Par exemple, dans un article de *Libération* sur les jeux vidéo en ligne, nous pouvons lire en conclusion :

« Je ne pense pas que le jeu rende les gens plus solitaires, ni plus violents, ni qu'il les incite à mélanger la réalité et l'univers ludique. Je me méfie toujours du mot «virtuel» et de la peur qui lui est associée. Ces jeux ressemblent beaucoup à la réalité. Vous perdez, vous gagnez, vous avez des amis ou pas. Ce n'est pas très différent d'aller au travail ou dans un dîner" De plus, l'homme a toujours joué et vécu dans son imagination, ne serait-ce qu'en allant au cinéma, par exemple. Finalement, l'homme est très rarement dans la réalité" »[2329].

[2328] De la même façon, nous notons une omniprésence des études anglo-saxonnes, et notamment américaines, dans les sujets consacrés aux bienfaits ou aux dommages causés par les jeux vidéo. Elles sont employées, non seulement parce que le volume des recherches sur ces thèmes est plus important qu'en Europe, mais aussi et surtout comme un argument présenté comme imparable et irréfutable, qui vient appuyer la vision de tel ou tel camp. Nous pensons qu'elles sont perçues, du fait de leur provenance, comme plus à même de faire autorité auprès des lecteurs ou des téléspectateurs.

[2329] Latrive (Florent), « *Ecrans* : Nouvelle tendance ludique: le jeu en ligne. Pour le chercheur canadien Jean-Paul Lafrance, le jeu en ligne fait appel à la communication et à la négociation plus qu'aux seules vertus guerrières. «Des règles sociales se créent entre joueurs sans que personne ne l'impose» dans *Libération.fr*, 22 janvier 1999, http://www.liberation.fr/ecrans/0101271022-nouvelle-tendance-ludique-le-jeu-en-ligne-pour-le-

Ainsi, nous pouvons constater que les jeux vidéo sont mis sur le même plan que d'autres pratiques culturelles et qu'ils sont montrés comme n'étant pas différents des autres jeux et loisirs. Evelyne Esther Gabriel, une psychomotricienne, l'explique pour justifier leur emploi dans le cadre de son travail :

« Du coup, en observant des enfants de mon entourage jouer sur des consoles, je me suis rendue compte qu'ils reproduisaient le même genre de schéma qu'avec un autre jeu. Il m'a paru donc évident d'utiliser les jeux vidéo dans le cadre d'une thérapie. »[2330]

Nous pouvons également ajouter que s'adonner aux jeux vidéo est une activité de détente, amusante, légère, qui permet « de ne rien faire ». Au début des années 1980, les partisans évoquent un moyen d'évacuer le stress de la journée, du travail ; en somme d'oublier et de se déconnecter du quotidien. Ce défoulement numérique passe également par le plaisir de devenir quelqu'un d'autre, et d'exécuter des actions improbables, irréalisables, ou interdites dans la réalité de la vie en société[2331]. En outre, et c'est un point important, les jeux vidéo n'ont aucune conséquence en dehors de l'écran. Toutes les actions des joueurs, leurs choix et leur comportement durant la partie, existent uniquement pendant la session de jeu, et dans l'univers du logiciel ludique pratiqué.

Une pratique sans effets « secondaires »

Ensuite, nous pouvons noter une réfutation systématique des effets néfastes censés être provoqués par les jeux vidéo. Ces derniers ne sont pas à la base des comportements déviants ou des problèmes rencontrés par les joueurs[2332], et ils ne

---

chercheur-canadien-jean-paul-lafrance-le-jeu-en-ligne-fait-appel-a-la-communication-et-a-la-negociation-plus-qu-aux-seules-vertus-guerrieres-des-regle

[2330] Peyret (Emmanuèlle), « *Ecrans* : Monde imaginaire. Evelyne Esther Gabriel, psychomotricienne qui travaille avec des enfants en difficulté scolaire, utilise les jeux vidéo dans un but thérapeutique. «Un enfant qui joue est sur la bonne voie» dans *Libération.fr*, http://www.liberation.fr/ecrans/0101279993-monde-imaginaire-evelyne-esther-gabriel-psychomotricienne-qui-travaille-avec-des-enfants-en-difficulte-scolaire-utilise-les-jeux-video-dans-un-but-therapeutique-un-enfant-qui-joue-est-sur-la-bonne-voi

[2331] Notons que ce plaisir peut aussi être provoqué par la satisfaction d'une certaine envie de destruction, ou bien encore une soif d'actions fortes et intenses.

[2332] Nous pensons notamment aux cas de comportement violent, ou bien encore à la dépendance aux jeux vidéo.

les provoquent pas non plus. Ce n'est qu'un révélateur des difficultés, dont les origines sont bien souvent extérieures à cette pratique et aux loisirs en général[2333].

D'autre part, nous constatons que les opposants ont tendance à sous-estimer la capacité de réflexion et de recul des joueurs vis-à-vis des jeux et du déroulement de la partie. De ce fait, ils doivent être protégés. C'est particulièrement le cas en ce qui concerne la question de la violence. Les adultes sont les premiers à s'inquiéter des possibles conséquences nuisibles des programmes ludiques. Or, dans le cadre des jeux vidéo, le rôle entre parents et enfants, adultes et jeunes est comme inversé. En effet, la connaissance de ce monde numérique, l'expérience de la pratique sont du côté de la jeunesse. Ainsi, les joueurs ne perçoivent pas de la même façon ce loisir. Dans la plupart des cas, ils savent que cette violence, ou les actions effectuées durant la partie sont uniquement des faits de jeux. Ils n'ont pas l'impression de tuer[2334], mais de passer un obstacle et un stade supérieur[2335]. De même, ils ont conscience que les jeux vidéo permettent de faire des actions inimaginables dans la réalité[2336]. Ils se rendent compte que la vie, la société, la réalité sont bien différentes des jeux vidéo.

A la fin des années 1990 et au début des années 2000, pour justifier la présence de contenus adultes dans les jeux (dont la violence), est évoquée de plus en plus l'évolution du secteur et du public[2337]. Les jeux vidéo sont alors décrits comme un media devenu mature, qui s'adresse à plusieurs sortes de joueurs, et non pas simplement aux enfants ou à un public familial. Une comparaison est aussi effectuée avec d'autres industries culturelles et de loisirs (cinéma, télévision, musique, littérature) pour montrer que l'utilisation de thèmes adultes n'est pas exclusive aux jeux vidéo. Cela permet également de revendiquer l'utilisation de telles thématiques, ainsi que d'afficher l'intégration de ces jeux aux domaines communément admis du divertissement.

[2333] Généralement, les problèmes proviennent du cadre familial (divorce, maladie, pression des parents), d'un mal être lié à l'adolescence, ou de difficultés scolaires (brimades, difficulté à suivre les cours).
[2334] Cette impression est d'autant plus absente avec des ennemis qui ne ressemblent en rien à des humains, ou dans un contexte de jeu fantastique.
[2335] Jolivart Bernard, « *Les jeux vidéo* », Paris, PUF, 1994, 128 p. (coll. «*Que sais-je?»)*; p. 104.
[2336] Dr. Woof, « *Génération jeux vidéo* » dans *Overgame.com*, 29 décembre 2004.
[2337] Soulignons que le développement de la culture des jeux vidéo ou la question de leur caractère artistique participe à cette justification.

Des jeux aux effets bénéfiques

Le second grand point avancé par les défenseurs des jeux vidéo consiste à mettre en exergue les bénéfices de la pratique sur les joueurs. De la sorte, des bienfaits sur le développement de l'individu sont listés, expliqués et entérinés par des études scientifiques, ou par des commentaires de professionnels de la santé. Les actions bénéfiques sont censées agir à la fois sur un plan physique et sur un plan mental/psychologique. Parmi les arguments avancés, notons que les jeux vidéo sont vus comme un exécutoire à la violence et un moyen de canaliser l'agressivité. Chantal Barthélemy-Ruiz, professeur à l'université Paris-XIII, indique que :

« s'affronter pour le jeu permet de ne pas se battre dans la réalité. Le jeu est un moyen policé d'être en compétition. Regardez certains joueurs d'échecs: ils ont envie de tuer l'autre, mais ils le font symboliquement, de façon acceptable et sans risques. […] Quand on discute avec des animateurs qui travaillent avec des jeunes difficiles, ils vous disent que ça les aide au contraire à décharger leur agressivité, à la sortir. Quand ils se sont bien dépensés sur la machine, ils se sentent mieux. »[2338]

Nous relevons aussi que les jeux vidéo favorisent la concentration, l'attention des joueurs, qui s'investissent dans la partie aussi bien intellectuellement que de manière émotionnelle (voire parfois affective)[2339]. En plus de stimuler la mémoire[2340] et la réflexion[2341], ils peuvent aussi améliorer l'orientation et la structuration de l'espace[2342] (notamment pour les jeux en trois dimensions), ainsi que les réflexes, la coordination ou bien encore la dextérité[2343]. De la même façon, ils valorisent les joueurs. Ils leur offrent un défi à relever (développement de l'esprit de compétition),

[2338] Coroller (Catherine), « *Vous* : On n'admet pas de jouer pour le plaisir. La pédagogue Chantal Barthélemy-Ruiz analyse le boom des jeux vidéo éducatifs. » dans *Libération.fr*, 26 décembre 1997, http://www.liberation.fr/vous/0101232492-on-n-admet-pas-de-jouer-pour-le-plaisir-la-pedagogue-chantal-barthelemy-ruiz-analyse-le-boom-des-jeux-video-educatifs
[2339] Roustan (Mélanie, sous la direction de), *La pratique du jeu vidéo : réalité ou virtualité ?*, L'Harmattan, 2003, 224 p. ; p. 37.
[2340] Par exemple, apprendre les commandes du jeu à la manette, mais aussi apprendre les niveaux, et les comportements des ennemis.
[2341] Certaines situations de jeux demandent aux joueurs de réagir vite et bien.
[2342] Soudakoff (Brigitte), « L'ordinateur rend-t-il fou ? » dans *Tilt*, n° 96, décembre 1991, p. 31 col. 3.
[2343] Chazoule (Olivier), « *Actuel* : apocalypse-vidéo » dans *Tilt*, n° 5, mais/juin 1983, p. 82 col. 1.

un challenge à accomplir, dont la réussite favorise l'estime de soi[2344]. Les jeux vidéo sont aussi un moyen d'aborder la technique[2345], en acquérant des connaissances relatives aux nouvelles technologies et à l'informatique[2346] (installation des jeux, configuration de l'ordinateur, résolution de problèmes). Ajoutons qu'ils peuvent aussi être perçus comme une aide pour préparer la jeunesse à une société entièrement numérique où l'utilisation de la technologie informatique sera devenue quotidienne. Pour le créateur de jeux Philippe Ulrich :

« Cette génération qui monte se reconnaît dans Matrix, et a déjà oublié qu'un jour, il y a bien longtemps, l'Internet et le téléphone mobile n'existaient pas. La gourmandise qu'éprouvent les plus jeunes pour les mondes virtuels est un réflexe naturel qui leur permettra d'affronter efficacement le monde de demain. Ceux qui paieront le prix de la future «techno détresse» seront ceux qui n'auront pas eu d'accès à l'Internet et qui hantent les rues en bande, et dont le seul réseau est celui du métro. Il faudrait doter chaque famille d'une connexion et d'un Quake en ligne. »[2347]

D'après la réflexion de cette figure du jeu vidéo français, on peut voir qu'il y a une mise en garde qui concerne ceux qui s'opposent à ces loisirs technologiques et à ces mondes virtuels. Il pense qu'empêcher les jeunes de s'y adonner, de s'y intéresser, c'est les condamner dans leur future vie d'adulte.

Des jeux employés dans des thérapeutiques

En lien avec les propriétés bienfaisantes des jeux vidéo, on constate, dans la seconde moitié des années 1990, que ces jeux sont utilisés par les médecins et dans

[2344] Les joueurs se voient comme compétents, possédant la maîtrise du jeu, et ils sont souvent fiers de leur accomplissement ou du niveau d'habilité atteint. Jahn-Sudmann (Andreas), Stockmann (Ralf), *Computer games as a sociocultural phenomenon: games without frontiers, war without tears*, Palgrave Macmillan, 2008, 229 p. ; p. 110.
[2345] Croitoriu (Michaël), Pasamonik (Didier), *Les jeux vidéo expliqués aux parents*, Paris, Editions Marabout, 2002, 160 p. ; p. 32.
[2346] Les jeux vidéo sont perçus, notamment dans la première moitié des années 1980, comme un loisir qui prépare la jeunesse au futur (au monde et à la société de « demain »), lui apprend à ne pas avoir peur des technologies nouvelles, et la familiarise avec leur fonctionnement.
[2347] Ulrich (Philippe), « *Cahier spécial* : Les jeux vidéo et leur monde virtuel peuvent-ils représenter un danger pour les enfants? Non. Le perdant sera celui qui n'est pas branché. » dans *Libération*, 20 mai 2000, http://www.liberation.fr/cahier-special/0101335410-les-jeux-video-et-leur-monde-virtuel-peuvent-ils-representer-un-danger-pour-les-enfants-non-le-perdant-sera-celui-qui-n-est-pas-branche

les milieux hospitaliers. Leur usage est essentiellement de deux ordres. D'une part, les jeux vidéo sont employés pour leur caractéristique première, c'est-à-dire le loisir. Il s'agit de mettre à disposition des malades (et notamment des plus jeunes) des consoles, des ordinateurs et des jeux, afin qu'ils puissent jouer et se détendre (et ainsi oublier leur condition). Les jeux vidéo sont alors un accompagnement, mais ils n'entrent pas dans les protocoles de soins.

D'autre part, ils peuvent être intégrés dans le cadre de thérapies, comme un des outils de traitement[2348], principalement dans le but de stimuler les malades. Les jeux vidéo sont utilisés de cette manière, dès le début des années 1980 (les Anglo-saxons sont encore une fois des précurseurs). Par exemple, en 2002, le quotidien *Libération* rapporte une expérience américaine qui utilise des jeux vidéo dans le cadre des ponctions lombaires faits à des enfants :

« Le PediSedate ressemble à un casque de standardiste, sauf que le micro est remplacé par un masque-tuba anesthésiant qui recouvre le nez (et pas la bouche). Les médecins, psychologues, anesthésistes et industriels à l'origine de l'objet ont voulu associer le jeu à l'anesthésie. Une Game Boy, une de ces consoles-écrans hypnotiques qu'affectionnent les enfants, est donc reliée à un cordon tandis qu'un des deux écouteurs est connecté à la bande-son du jeu ou à un lecteur CD. L'autre est un capteur qui prend le pouls, la tension et mesure le niveau d'oxygène dans le sang. Pendant que l'appareillage médical fonctionne, l'enfant garde les yeux rivés sur la Game Boy. »[2349]

Dans cet exemple, les jeux vidéo sont employés pour détourner l'attention des malades, pour faire baisser leur anxiété, et leur faire oublier la douleur. L'article précise que ce type de casque n'est qu'un moyen supplémentaire mis à disposition des soignants.

Cependant, nous notons que le rayon d'action des jeux vidéo couvre principalement les handicaps, les maladies mentales, physiques, voire parfois les

[2348] Il semble que les jeux vidéo ne soient jamais utilisés comme traitement unique et principal.
[2349] Noualhat (Laure), « *Société* : Réalité virtuelle contre douleur réelle » dans *Libération.fr*, 8 novembre 2002 ? http://www.liberation.fr/societe/0101430347-realite-virtuelle-contre-douleur-reelle

dépendances (alcool, drogue). Par exemple, Evelyne Esther Gabriel utilise ce type de jeux car ils permettent :

« mieux connaître l'enfant, et surtout de mieux l'aider à se connaître lui-même. […] Cela permet de montrer à l'enfant qu'il peut être agressif, d'en parler avec lui, de lui dire, «dans le jeu, tu peux le faire, ça ne porte pas à conséquence, mais dans la réalité, est-ce que tu as envie de faire ça? »[2350]

C'est aussi un moyen de lui faire comprendre certaine notion comme l'apprentissage :

« Travailler sur l'apprentissage par exemple. Dans un jeu, si on ne passe pas un certain nombre d'épreuves, on n'avance pas, il faut recommencer, comme à l'école, où il faut faire un effort, où il faut de la persévérance. Comme pour apprendre une récitation. Souvent, les enfants veulent savoir, mais ne veulent pas apprendre. Il faut donc leur apprendre à apprendre, et le parallèle entre le jeu vidéo et l'école sert à cela. »[2351]

Néanmoins, il faut aussi remarquer que le plus compliqué dans ce genre de protocole n'est pas d'intéresser les malades, qui généralement sont assez réceptifs à ce loisir. Les difficultés se situent principalement au niveau des choix des jeux[2352] (choisir le ou les jeux les plus adaptés aux maladies, au cas des patients, et aux patients).

Des jeux socialisants

Enfin, terminons par l'évocation de la question des jeux vidéo et de la socialisation des pratiquants. Pour les opposants, ce loisir est avant tout individualiste. Il provoque l'isolement des joueurs, et il est surtout un obstacle

[2350] Peyret (Emmanuèlle), « *Ecrans* : Monde imaginaire. Evelyne Esther Gabriel, psychomotricienne qui travaille avec des enfants en difficulté scolaire, utilise les jeux vidéo dans un but thérapeutique. «Un enfant qui joue est sur la bonne voie» dans *Libération.fr*, http://www.liberation.fr/ecrans/0101279993-monde-imaginaire-evelyne-esther-gabriel-psychomotricienne-qui-travaille-avec-des-enfants-en-difficulte-scolaire-utilise-les-jeux-video-dans-un-but-therapeutique-un-enfant-qui-joue-est-sur-la-bonne-voi
[2351] *Ibid.*
[2352] Soudakoff (Brigitte), « L'ordinateur rend-t-il fou ? » dans *Tilt*, n° 96, décembre 1991, p. 32 col. 1.

important à leur socialisation. Cette marginalisation supposée se fonde premièrement sur la faculté des jeux vidéo à proposer des parties en solitaire[2353], dont découle également le cliché du joueur seul devant son écran. Deuxièmement, il est porté par la méconnaissance de ces univers, et l'omission des possibilités d'échanges et de rencontres qu'offre une pratique commune à un nombre conséquent d'individus.

En effet, lorsqu'on approfondit la question, il s'avère que les jeux vidéo sont loin d'être un loisir qui favorise l'individualisme et le repli sur soi-même. Premièrement, comme toutes passions, ils sont à la base de nombreux débats, prises de positions, et commentaires sur les actualités relatives à cette industrie. Ils permettent d'inclure les passionnés dans un groupe, celui des joueurs, et ils favorisent aussi les contacts, tant en milieux scolaire[2354], que dans des lieux spécialisés[2355] ou par l'intermédiaire de la presse (petites annonces, courrier des lecteurs). A la fin de notre période d'étude, le développement d'Internet renforce les moyens et les occasions de communication, avec les forums de discussions, ainsi qu'indirectement avec les programmes de messageries instantanées[2356]. Ce type de rencontres virtuelles mène après à un certain temps, et souvent lors d'occasions particulières (anniversaire du site Internet concerné, salon) à des rencontres réelles.

Secondement, la plupart des logiciels ludiques sont intrinsèquement multijoueur. De manière basique, certains titres disposent de modes de jeux, qui permettent à plusieurs personnes (minimum deux) de collaborer ou de s'affronter. Même les jeux dépourvus de tels modes, et donc jouables uniquement à un seul joueur, sont

[2353] Soulignons que les jeux vidéo ne sont pas les seuls jeux à proposer cette possibilité. Un jeu de carte comme le solitaire est ainsi fait pour être pratiqué par un joueur unique, et nous pouvons aussi ajouter les jouets en général qui permettent aux enfants de jouer seuls. Ainsi, les jeux vidéo ne sont pas une exception en ce qui concerne les loisirs et les activités de détente.
[2354] La passion commune pour les jeux vidéo peut ainsi favoriser l'intégration des jeunes, et les aider à nouer de nouveaux contacts. En outre, ils sont à la base d'invitations (après les cours, une après-midi, une journée) entre camarades, qui passent alors du temps autour de ces jeux.
[2355] Les joueurs se rencontrent dans les magasins spécialisés dans les jeux vidéo, mais aussi au début des années 1980, dans des clubs informatiques, où les membres viennent notamment emprunter (voire échanger) des logiciels ou se documenter. Les salles d'arcade, puis les salles de jeux en réseau, sont deux autres lieux où les joueurs font des rencontres, retrouvent des connaissances, et où ils se donnent rendez-vous.
[2356] Le principe de ces programmes consiste à discuter directement avec un ou plusieurs interlocuteurs par écrit. Pour que le contact s'établisse, il faut que les personnes concernées s'échangent leur adresse (adresse électronique ou système de numéro dédié). Ces programmes peuvent renforcer les liens entre les membres d'une communauté, en intensifiant les communications, et les discussions.

susceptibles d'être pratiqués par différentes personnes en même temps[2357]. A la fin des années 1990, le développement des jeux en réseau renforce la convivialité de ce loisir. Pour le chercheur canadien Jean-Paul Lafrance :

« Beaucoup de ces jeux en réseau sont destinés aux adultes, ils sont plus complexes, et surtout font appel aux contacts entre joueurs, à la discussion, à la négociation, beaucoup plus qu'aux seuls aspects guerriers un peu primitifs. Ils incorporent une dimension de communication et deviennent ainsi de véritables jeux sociaux. »[2358]

Les jeux en ligne sur Internet démultiplient les interactions entre les joueurs, les poussent à établir des contacts et à jouer ensemble. Certains types de jeux en ligne (comme les jeux de rôle) favorisent l'établissement de clans de jeux, et une progression en bande[2359]. En plus du cours du jeu, il est possible d'interagir avec les autres utilisateurs durant la partie, via des interfaces de communications intégrées aux programmes (messagerie directe, gestion de la voix avec un casque et un microphone). Soulignons que ces contacts sont parfois accompagnés d'une fréquentation d'un site ou d'un forum liés aux jeux en ligne, au titre spécifique pratiqué, ou à la bande de joueurs qui s'est constituée[2360].

Conclusion : les jeux vidéo présentent des effets positifs

Les partisans des jeux vidéo répondent point par point aux attaques émises envers ces univers ludiques. Chaque reproche trouve ainsi un contre argument, qui

[2357] Typiquement, un joueur prend en main la manette, tandis que son ou ses camarades regardent la partie, et l'aident via des conseils et des commentaires sur la manière de pratiquer. Bien entendu, il est courant que les différentes personnes présentes prennent tour à tour les commandes du jeu. En outre, le fait que deux ou plusieurs camarades possèdent le même logiciel ludique, peut aussi les pousser dans une sorte de compétition, dans laquelle le but est d'avancer le plus rapidement possible, et de finir le jeu avant les autres. La progression donne lieu à des discussions sur la partie, mais aussi bien souvent à une entraide mutuelle.

[2358] Latrive (Florent), « *Ecrans* : Nouvelle tendance ludique: le jeu en ligne. Pour le chercheur canadien Jean-Paul Lafrance, le jeu en ligne fait appel à la communication et à la négociation plus qu'aux seules vertus guerrières. «Des règles sociales se créent entre joueurs sans que personne ne l'impose» dans *Libération.fr*, 22 janvier 1999, http://www.liberation.fr/ecrans/0101271022-nouvelle-tendance-ludique-le-jeu-en-ligne-pour-le-chercheur-canadien-jean-paul-lafrance-le-jeu-en-ligne-fait-appel-a-la-communication-et-a-la-negociation-plus-qu-aux-seules-vertus-guerrieres-des-regle

[2359] Dans le langage des joueurs, il s'agit de « guildes ».

[2360] Nous retombons alors dans les échanges virtuels classiques, avec les possibilités de rencontres réelles. Notons que ces sites et forums sont essentiellement centrés sur le jeu en ligne pratiqué. Ils servent à établir et à discuter de stratégies de jeu, ou à déterminer des rendez-vous pour les parties en ligne. Cependant, ils peuvent posséder des catégories de discussions diverses et variées, en rapport ou non avec l'univers des jeux vidéo.

vient expliquer pourquoi il ne faut pas le prendre en compte, mais aussi montrer que ce loisir peut apporter une aide ou des bénéfices à ses pratiquants. Les jeux vidéo sont montrés comme une activité sans risque, ludique avant tout, et dont le but est la détente et l'amusement. En corrélation avec les inquiétudes provoquées, et les raisons données en faveur de ces nouveaux jeux, des conseils d'utilisations sont avancés pour prévenir, et aiguiller les consommateurs dans leurs choix. Il est également mentionné leur intégration aux nouvelles thérapeutiques qui apparaissent avec le développement technologique. Les jeux vidéo apparaissent soit comme un moyen annexe (soulager la douleur) soit comme une partie intégrée au protocole de soin.

La fin des années 1990 et le début des années 2000 constitue une période où les bienfaits des jeux vidéo commencent à être mis en avant. Les discussions sur les bienfaits des jeux vidéo sont toujours d'actualité durant la période qui suit celle que nous étudions. En 2012, un journaliste de *Rue89* réalise un entretien avec un psychologue intitulé : « On ne parle pas de l'influence positive des jeux vidéo ». Nous pouvons notamment lire ce passage :

« J'ai fait un point sur les recherches « positives » réalisées là encore depuis une vingtaine d'années, avec tous les effets thérapeutiques, les défouloirs, etc... J'ai parlé par exemple de l'effet apaisant des jeux vidéo sur les enfants hyperactifs, de la baisse des symptômes dépressifs en maison de retraite, ou encore de l'influence positive du jeu vidéo sur le cerveau et les capacités intellectuelles des joueurs. »[2361]

Nous constatons que les questions soulevées durant la période que nous étudions ne sont pas toujours tranchées. A mesure de leur développement dans la société, les jeux vidéo initient les mêmes débats (violence, influence sur les enfants) mais aussi les mêmes réflexes « d'auto défense ».

[2361] Rogerie (Arnaud), « *Entretien* : On ne parle pas de l'influence positive des jeux vidéo » dans *Rue89.com*, 17 mai 2012, http://www.rue89.com/rue89-culture/2012/05/17/ne-parle-pas-de-linfluence-positive-des-jeux-videos-232237

b) Des réponses aux critiques : les conseils d'utilisation

Les recommandations d'usages de jeux vidéo répondent aux préoccupations causées par l'émergence de ces nouveaux jeux, mais aussi au besoin d'une frange des consommateurs d'être au fait de leur utilisation[2362]. Elles ont aussi pour but de rassurer par rapport aux accusations portées contre ce loisir, et elles montrent, d'une certaine façon, la prise de responsabilités des acteurs de la filière, voire des associations des consommateurs et des politiques. Il faut noter qu'hormis la prévention pour l'épilepsie, imposée par l'Etat, les initiatives émanent des acteurs de la filière[2363]. Les avertissements apparaissent principalement au début des années 1990, dans le segment des consoles[2364], en parallèle avec la montée des oppositions aux jeux vidéo. Ils prennent essentiellement deux formes, à savoir des instructions pour le déroulement des parties de jeux, et des systèmes de signalisation présents sur les boîtes des logiciels, qui déconseillent les jeux à certains publics.

Les premières recommandations en lien avec l'épilepsie

Les indications de jeux sont liées aux accusations relatives à l'épilepsie. C'est au moment où cette pathologie fait l'actualité, qu'elles sont mises en place et diffusées. Elles sont notamment inscrites au verso des boîtes des jeux[2365] et à l'intérieur des manuels d'utilisation. C'est aussi durant cette période qu'elles obtiennent l'attention des médias et des utilisateurs. Les recommandations prennent la forme de comportement à adopter par les joueurs, ou à faire respecter (tant bien que mal) par les parents/adultes. Leur but est, non seulement de prévenir les crises d'épilepsie, mais aussi d'éviter tous les autres effets indésirables, supposés être provoqués par les jeux vidéo (fatigue, problèmes musculaires ou visuels, etc.). Il est ainsi conseillé de ne pas jouer trop longtemps, de s'arrêter lorsque la fatigue se fait ressentir, et

[2362] Il s'agit surtout d'orienter les adultes, et les parents, pour leur donner les moyens de gérer le mieux possible une activité de loisir qu'ils ne maîtrisent pas (pour la plupart).
[2363] Les professionnels de l'industrie des jeux vidéo s'organisent, et ils prennent les devants, pour ne pas se voir imposer de règles par des intervenants extérieurs dont les politiques.
[2364] C'est surtout à l'arrivée des consoles 16 bits sur le marché français (notamment la *Super Nintendo*) que des indications apparaissent au verso des boîtes des logiciels ludiques. Toutefois, il faut noter qu'elles sont indiquées dans une petite police d'écriture, et qu'elles ne sont pas mises en avant. De plus, elles sont minimales puisqu'elles se contentent d'indiquer une tranche d'âge conseillée pour l'utilisation du jeu.
[2365] La seule recommandation constatée (durant la période étudiée) concerne l'épilepsie. Elle prend la forme d'un rectangle rouge, qui alerte sur les possibilités d'avoir des crises, et surtout invite les utilisateurs à la prudence, et à lire les instructions présentes à dans le manuel d'utilisation (qui se trouve à l'intérieur de la boîte du jeu).

d'effectuer des pauses de dix à quinze minutes toutes les heures de jeux. De plus, les joueurs sont invités à pratiquer à une distance raisonnable de l'écran (ne pas être trop proche de l'écran afin d'éviter les maux de tête ou la fatigue oculaire qui peuvent se déclarer chez certaines personnes)[2366].

Les systèmes de signalisation

Quant aux systèmes de signalisation, ils font leur apparition durant la seconde moitié des années 1990. Ils ne sont pas unifiés et, de ce fait, il en existe plusieurs selon les pays (principalement Etats-Unis, Japon et pays d'Europe[2367]). Le principe est de définir des catégories d'âge, à la manière du cinéma ou de la télévision, et d'y classer les différents jeux vidéo, afin d'éviter que les mineurs soient confrontés à des contenus destinés aux adultes. Toutefois, ils n'ont qu'une valeur indicative, et ils ne sont accompagnés d'aucune interdiction de vente. En France, le secteur met en place ce type de système à la fin des années 1990, mais nous pouvons constater des informations similaires (mais néanmoins superficielles) au début de cette même décennie[2368].

La signalisation française

La première classification officielle utilisée dans l'hexagone est crée à l'automne 1998[2369] par le SELL, le syndicat des éditeurs de logiciels de loisirs, en collaboration avec les acteurs de la distribution. Elle se compose d'une commission chargée d'évaluer les jeux, et d'une iconographie sous forme de pictogrammes, divisée en quatre catégories de jeux[2370] : « pour tout public », « déconseillé au moins de 12 ans », « public adulte – déconseillé au moins de 16 ans », et enfin « interdit au moins de 18 ans ».

[2366] L'avertissement donne précisément comme repaire le cordon de la manette de jeu. Il est suggéré de se mettre aussi loin qu'il le permet.
[2367] En Europe, il existe plusieurs systèmes jusqu'au début des années 2000.
[2368] Par exemple, sur les boîtes des cartouches de la console *Super Nintendo*, il est indiqué au verso « pour enfants de 8 ans et plus, et adultes ».
[2369] Croitoriu (Michaël), Pasamonik (Didier), *Les jeux vidéo expliqués aux parents*, Paris, Editions Marabout, 2002, 160 p. ; p. 30.
[2370] *Ibid.* p. 31.

Au printemps 2003, ce système laisse place à une classification européenne adoptée par la plupart des pays européens[2371]. Elle est élaborée par la Fédération européenne des logiciels de loisirs (ISFE – Interactive Software Federation of Europe), et elle est connue sous le nom de norme PEGI (Pan-European Game Information[2372]). Cette nouvelle signalisation se compose de deux types de logos[2373].

Illustration 4.9 : Norme PEGI





Les premiers sont relatifs aux catégories d'âge[2374]. Il en existe cinq, à savoir : 3, 7, 12, 16 et 18. Les seconds sont au nombre de huit, et ils informent sur le contenu des jeux. Ils concernent (dans l'ordre des logos ci-dessus) la violence, la vulgarité du langage utilisé, le contenu effrayant, le sexe (nudité, allusion, rapports sexuels), la drogue (référence ou usage), la discrimination (exposée dans le jeu ou encouragée), les jeux de hasard (encourage ou enseigne ce type de jeu), et enfin les jeux en ligne. L'évaluation des jeux se fait à l'aide d'un questionnaire rempli par les éditeurs, qui

[2371] http://www.pegi.info/fr/index/id/70
[2372] Système européen d'information sur les jeux.
[2373] Soulignons qu'en 2006, le CSA (Conseil supérieur de l'audiovisuel) se base sur cette signalisation pour imposer des règles au niveau de la publicité pour les jeux vidéo, et des sujets sur ce loisir dans les émissions de télévision. Ainsi, la classification ou l'interdiction aux mineurs doivent être portés à la connaissance du public. Le choix des images doit tenir compte du contexte de la programmation, mais aussi de l'horaire de diffusion, et donc de la présence de jeunes téléspectateurs. Les jeux destinés aux plus de 12 ans et aux plus de 16 ans ne doivent pas être montrés ou évoqués dans le cadre d'une émission pour la jeunesse (ni dans les dix minutes qui précèdent ou qui suivent ce type de programmes). Il en est de même pour la publicité, sauf en ce qui concerne les jeux destinés aux plus de 16 ans, dont les messages promotionnels ne sont pas autorisés avant 20h30. Ajoutons que pour les extraits ou les bandes-annonces de jeux destinés à cette catégorie d'âge et diffusés avant 22h, il faut obligatoirement que le contenu éditorial de l'émission tienne compte de la possible présence de jeunes téléspectateurs devant la télévision. Enfin, la diffusion d'extraits de jeux interdits au moins de 18 ans n'est possible qu'à partir de 22h, tandis que les publicités pour ces jeux ne sont autorisées qu'à partir de 22h30. Baudis (Dominique), «*Textes juridiques* : *Recommandations et délibérations du CSA relatives à la protection des mineurs* : Recommandation du CSA relative à la présentation TV de programmes, de jeux, de services ou de sites qui font l'objet de restrictions aux mineurs » dans *csa.fr*, 4 juillet 2006, Paris, http://www.csa.fr/infos/textes/textes_detail.php?id=118089
[2374] A partir de 2009, ces logos changent, et ils intègrent de la couleur. Vert pour les catégories 3 ans et 7 ans, Orange pour les 12 ans et 16 ans, et enfin rouge pour les 18 ans et plus. Voir annexe PEGI p. 222.

passent un contrat avec l'organisation[2375]. Ce formulaire sert, dans un premier temps, à l'établissement d'une classification provisoire. Cette dernière est ensuite contrôlée par deux organismes indépendants, qui se partagent les vérifications selon les catégories d'âge, et qui accordent à l'éditeur une licence lui donnant le droit d'utiliser (et d'afficher) la norme PEGI[2376].

Conclusion : une signalisation détourné par les éditeurs et peu suivie

Les conseils d'utilisations et les signalisations sous forme de pictogrammes sont établis dans un cadre de préventions des risques liés à la pratique des jeux vidéo. Il s'agit d'éviter, non seulement les problèmes de santé, mais aussi et surtout que les mineurs ne se retrouvent face à un contenu ludique inadéquat car destiné aux adultes. C'est aussi un moyen pour les différents belligérants du secteur des jeux vidéo de montrer, notamment aux politiques, leur bonne volonté et leur prise de responsabilités. Cependant, durant la période que nous étudions, il nous semble que la catégorisation des jeux est dans certains cas trop sévère, dans le sens où il y a parfois une surévaluation des contenus à risque[2377]. Ainsi, des logiciels ludiques sont conseillés à un public restreint alors qu'ils ne présentent pas particulièrement de dangers, ou de raisons de choquer un jeune public.

Globalement, les recommandations sont peu suivies, et elles passent relativement inaperçues. Le public visé (adultes, parents) n'est souvent pas au courant de leur existence, ou bien alors il choisit délibérément de ne pas les suivre, pour satisfaire les choix de leur progéniture[2378]. De la même façon, les magasins de

[2375] Ce contrat reconnaît la qualité de l'éditeur à évaluer le contenu des jeux. L'entreprise s'engage à fournir une information fiable et transparente, mais aussi contrôler la publicité et les opérations commerciales des jeux classés (pour respecter le classement et la classe d'âge). « Vos questions : Le SELL en campagne pour la norme PEGI » dans *sell.fr*, http://www.sell.fr/Le-SELL-en-campagne-pour-la-norme
[2376] http://www.pegi.info/fr/index/id/1192
[2377] Par exemple, il apparaît que certains jeux tirés de films de cinéma sont conseillés à une catégorie de public supérieure à celle recommandée initialement pour la sortie en salle du film adapté. Ainsi, le jeu *Enter the Matrix* (sorti en 2003) est déconseillé au moins de 16 ans, tandis que les films qui composent la trilogie Matrix sont, pour leur part, interdit au moins de 12 ans (en raison des changements de signalisation, les deux premiers films ont pu avoir des messages d'alertes comme « avertissement, ce film contient des scènes violentes qui pourraient heurter la sensibilité de jeunes téléspectateurs » ou « accord parental »). Nous pouvons penser que cette surévaluation est une façon pour les professionnels de se prémunir contre toutes polémiques, mais aussi contre des accusations de laxisme et d'éviter une réglementation étatique.
[2378] Le plus important est de ne pas décevoir l'enfant ou l'adolescent, et de lui faire plaisir en lui offrant ce qu'il désir. De ce fait, et malgré de possibles réticences, les parents cèdent, et ou ils achètent sans se poser de question le jeu voulu. En outre, ce manque d'attention est aussi causé par la méconnaissance dans ce domaine du loisir.

jeux vidéo et les vendeurs ne respectent pas la signalisation, puisqu'ils n'hésitent pas à vendre à des mineurs (enfants, adolescents) des jeux recommandés pour un public adulte (au plus de 18 ans).

En outre, du côté des industriels (et nous l'avons déjà indiqué), les éditeurs se servent des classifications dans leurs politiques commerciales, afin de provoquer l'intérêt des joueurs pour leurs produits ludiques. Le but est de montrer que le jeu vidéo est un loisir mature, qui s'adresse à des connaisseurs, et surtout que les programmes ludiques en question promettent un contenu riche, intéressant, et sans concessions. Enfin, en ce qui concerne les joueurs, les recommandations d'usage ne sont absolument pas suivies[2379], tandis que les signalisations sont complètement ignorées. Une majorité ne se sent pas concerné par ces avertissements parce qu'il est estimé qu'ils sont faits pour satisfaire une population particulière, à l'extérieur de l'univers des jeux vidéo, et qui ne s'intéresse pas vraiment à ce loisir.

Ainsi, la conjonction entre l'ignorance des uns et l'indifférence des autres, couplées à l'absence de sanctions, fait que cette prévention est seulement indicative, non coercitive, et qu'elle se montre peu efficace, voire inutile dans certains cas. Elle est surtout une façade de protection de l'industrie contre les critiques négatives, les accusations, mais aussi un moyen de se prévenir de toutes régulations extérieures.

[2379] Par exemple, les joueurs pratiquent (souvent) à une distance relativement proche de l'écran de jeu. Les pauses se font en fonction du déroulement de la partie. Soit après un match/combat/course, ou la fin d'un niveau, soit avant une échéance importante comme la rencontre avec un boss (de fin de niveau). Les sessions de jeux sont également longues, par rapport aux conseils professés.

IX) La politique et les jeux vidéo

1) La dimension politique des jeux vidéo

a) Les relations entre politique et jeux vidéo

Comme nous avons pu l'entrevoir, la politique est un domaine qui n'échappe pas à la sphère « vidéoludique ». Des relations mutuelles s'établissent entre ces deux univers, avec à la fois des commentaires, des échanges, et même parfois des influences réciproques. Avant d'aborder la représentation politique et son traitement dans les jeux vidéo, nous allons nous attarder tout d'abord sur les liens qui peuvent s'instaurer entre ces deux mondes.

Des rapports allant dans deux directions

Les rapports vont essentiellement dans deux sens, avec d'une part une intégration des jeux vidéo dans des sujets politiques et, d'autre part, une utilisation des logiciels ludiques par des institutions publiques ou des hommes politiques. En ce qui concerne la mise en relation des deux thématiques, nous mettons de côté pour l'instant les actions allant dans le sens du développement industriel ou culturel des jeux vidéo, car nous y consacrons un paragraphe[2380]. Ainsi, les liens sont souvent établis à l'occasion d'une actualité ou d'une prise de position d'un dirigeant politique. Dans ces deux cas, il s'agit soit de s'indigner et de s'opposer aux jeux vidéo[2381], soit de les utiliser pour obtenir une audience et l'attention du public[2382]. Par exemple, à la fin du mois d'octobre 2002, le député UMP Lionel Luca évoque son intention de

[2380] Voir p. 684.

[2381] Typiquement, le cas de figure classique est une déclaration d'un dirigeant politique qui se préoccupe, voire se scandalise, de la violence ou de la dangerosité des jeux vidéo pour la jeunesse. En outre, ce type de déclaration survient soit lors de la commercialisation d'un titre spécifique (ou peu après), ou suivant la popularité d'un jeu, soit elle est faite de manière fortuite, sans relation avec l'actualité ou les préoccupations gouvernementales.

[2382] Là aussi, la plupart du temps, il y a une opposition aux jeux vidéo, ou tout du moins une intention de les inclure dans un problème, ou de montrer leur côté sombre. Par exemple, peu après les attentats du 11 septembre 2001 aux Etats-Unis, des médias (journaux, télévision) évoquent une responsabilité et un rôle joué par les jeux vidéo dans l'attaque. Ils se fondent sur la rumeur comme quoi les terroristes ont utilisé le jeu *Flight Simulator*, un simulateur de vol, dans leur formation pour apprendre à piloter un avion. Croitoriu (Michaël), Pasamonik (Didier), *Les jeux vidéo expliqués aux parents*, Paris, Editions Marabout, 2002, 160 p. ; p. 29.

déposer une proposition de loi visant à réglementer la diffusion des jeux vidéo jugés comme violent. Dans une interview au journal *Le Monde*, il explique sa démarche :

« En France, on a un arsenal législatif, mais on ne l'utilise pas pour réglementer la diffusion de ces jeux […] On est obligé de préciser les choses pour obtenir une réponse et peut-être une action. C'est le sens de cette proposition de loi, qui n'a pour but que la protection des mineurs et de l'enfance en général. »[2383]

Il précise ses peurs vis-à-vis des jeux vidéo :

« Le problème de ces jeux est le caractère virtuel des situations. Le vrai danger est là : ces jeux font entrer l'imaginaire des enfants dans une autre dimension. Ils ne possèdent pas tous les capacités d'appréhender les notions de réel et d'irréel et peuvent être amenés à croire que ce qui se passe dans le monde virtuel peut se transposer à la réalité. C'est cela qui me préoccupe. Bien sûr, on sait tous que les enfants ont besoin de se faire peur, de jouer avec l'imaginaire. Il ne s'agit pas de faire des jeux aseptisés, la violence entoure les enfants. Mais là, je crains qu'on ne puisse plus faire la différence entre la réalité et le virtuel ; cette banalisation de la violence est malsaine. Il s'agit de la décoder ou de donner les éléments permettant de la décoder. »[2384]

En outre, par rapport à la signalisation mise en place par les professionnelles, il estime :

« qu'elle doit être plus claire, plus visible et, au besoin, elle doit choquer. Mais nous n'avons pas la même façon d'appréhender les choses : pour les éditeurs, la violence est un argument de vente, alors que, pour moi, c'est plutôt un argument dissuasif. »[2385]

Enfin, ce député pense qu'avec la loi :

[2383] Bouvier (Pierre), « *le jeu vidéo n'est pas immoral, il est amoral* » dans *Le Monde Interactif* du 23 novembre 2002
[2384] *Ibid.*
[2385] *Ibid.*

« Il faut rétablir quelques barrières morales, au bon sens du terme : il y a des choses qui ne se font pas. Or le jeu peut donner l'impression qu'on peut s'affranchir de tout, il n'est pas immoral, il est amoral. »[2386]

Précisons que son action n'est pas suivie d'effet. Sa proposition de loi semble avoir été rejetée puisque l'Assemblée Nationale n'a pas légiféré sur les jeux vidéo violents, et elle n'a pas établi de nouvelles réglementations en la matière.

Il existe aussi des liens plus insolites et ponctuels, comme des changements demandés et provoqués dans les contenus des jeux (nom, contenu)[2387], voire des demandes « exceptionnelles » de l'Etat[2388]. En outre, certaines déclarations peuvent faire références implicitement ou explicitement aux jeux vidéo. C'est le cas de la phrase « *It's not a game, it's not over* »[2389] prononcée en 2003 par Jean-Pierre Raffarin lors d'un voyage en Inde, pour signifier l'opposition de la France à une intervention militaire en Irak[2390].

Pour ce qui est de l'utilisation des jeux vidéo dans un cadre politique (Etat, dirigeant politique, organisme public, association), nous séparons deux types de programmes ludiques et d'usage. Premièrement, il peut arriver que certains titres commerciaux soient utilisés dans une sphère politique, alors qu'à la base, ils n'ont aucune vocation à servir ce domaine et que, donc, ils n'ont pas été crée pour cela.

[2386] *Ibid.*

[2387] Les changements ne sont pas jamais imposés par les politiques, mais ils proviennent des éditeurs et des constructeurs. Ainsi, il s'agit plus d'auto-censure liée à la politique, à l'histoire et aux différences culturelles, qui peuvent exister entre le Japon et l'Occident.

[2388] Nous pensons notamment au gouvernement japonais, qui en 1995 recommande aux constructeurs de consoles de vendre leurs nouveaux systèmes ludiques le week-end, afin de réduire l'absentéisme (constaté au moment des commercialisations des nouveaux jeux ou nouvelles consoles), aussi bien à l'école qu'au travail. Notons qu'il n'y a aucun exemple de ce type (intervention du gouvernement) en ce qui concerne la France. Kuribo, Yuriko, « *Japon* : la folie des consoles » dans *Joypad*, n° 38, janvier 1996, p. 17 col. 1.

[2389] Soulé (Véronique), Rousselot (Fabrice), « *Evénement* : Chirac s'en va-t'en guerre contre Bush » dans *Liberation.fr*, 8 février 2003, http://www.liberation.fr/evenement/0101439633-chirac-s-en-va-t-en-guerre-contre-bush

[2390] Cette phrase est une allusion directe à celle de Georges W. Bush qui, en février 2003, déclare à l'intention des dirigeants irakiens : « *the game is over* ». Cette dernière locution signifie « la partie est terminée ». Dans un jeu vidéo, on la retrouve soit, lorsque la partie est perdue par le joueur, soit dans certains cas, lorsque le jeu est fini et que, donc, le joueur a réussi à en venir à bout. Signalons également, toujours au sujet de l'intervention militaire américaine en Irak, qu'un général des Etats-Unis évoque la mise en place d'une tactique empruntée au jeu *Pac Man*. Voir : : « *Middle East* : *Bush tells Iraq 'game is over'* » dans *BBC news world edition*, vendredi 7 février 2003, http://news.bbc.co.uk/2/hi/middle_east/2735077.stm ; Pilet (Stéphane), « *Le jeu vidéo comme arme de propagande* » dans *Le Monde Diplomatique*, septembre 2003, p. 27. http://www.monde-diplomatique.fr/2003/09/PILET/10469

C'est par exemple le cas d'un titre comme *Sim City*[2391]. Deuxièmement, des jeux sont spécialement conçus pour servir un but, une cause politique, présenter un point de vue, ou le fonctionnement d'une institution ou d'un organisme. Nous pouvons noter ainsi des jeux réalisés en collaboration avec l'association Greenpeace[2392], avec EDF[2393], mais aussi des titres crées par des paramilitaires colombiens[2394] ou bien encore pour un candidat démocrate aux primaires de son parti pour l'élection présidentielle américaine de 2004[2395]. Cependant, il faut reconnaître que ces exemples demeurent assez rares, durant la période que nous étudions. Les jeux vidéo ne sont pas vus comme un moyen de communiquer, et comme un média qui peut faire passer des idées. De ce fait, ils sont finalement très peu utilisés (et ce de manière explicite) pour ce genre d'emploi.

La thématique politique et l'actualité dans les jeux vidéo

La thématique politique, mais aussi l'actualité, sont des sujets que ce loisir numérique aborde et intègre dans ses univers. Si elles sont le plus souvent incluses dans les jeux eux-mêmes, il arrive que des allusions plus ou moins prononcées se fassent à l'occasion des campagnes publicitaires. Spécifiquement pour la France, nous pensons à la promotion de la console *Game Boy* au début des années 1990,

[2391] Dans ce jeu, le joueur est invité à devenir le maire d'une ville qu'il doit construire et gérer. Orienté stratégie et gestion, le titre attire l'attention de quelques municipalités et autres organismes publics. En 1995, la Commission Européenne se sert même du jeu pour lancer un appel d'offre. Néanmoins, précisons que cette mise en avant de ce titre a principalement pour but en France de montrer des jeux vidéo intéressants, à vocation pratique et pédagogique, et surtout la supériorité de l'ordinateur sur les consoles. Ichbiah (Daniel), *Bâtisseurs de rêve : enquête sur le nouvel eldorado des jeux vidéo*, Paris, First Documents, 1997, 430 p. ; p. 170 et 171.
[2392] Le jeu se nomme *Rainbow Warrior*, et il est destiné aux systèmes *Amiga* et *ST*. Il est voué cette association, et il est vendu avec un manuel sur l'environnement et sur Greenpeace et ses activités. Le nom du jeu fait référence au bateau utilisé par les militants de Greenpeace, mais aussi à une affaire politique connue sous le nom de « L'affaire du *Rainbow Warrior* ». En 1985, les services secrets français organisent une opération visant à couler le bateau de Greenpeace qui faisait route vers Mururoa pour protester contre les essais nucléaires réalisés par la France. En outre, dans un premier temps, le gouvernement français nie toute implication, avant de reconnaître sa responsabilité. « Previews spécial Microprose : *Rainbow Warrior* » dans *Génération 4*, n° 13, été 1989, p. 102 col. 1.
[2393] EDF collabore à la création du jeu *La vie du lac*, développé par Myriad sur *PC* et *Atari ST*. Il s'agit d'un titre écologique (genre simulation de vie), qui propose de familiariser le joueur avec l'environnement aquatique, et le fonctionnement d'un écosystème marin. *Ibid.* p. 67 col. 1.
[2394] Trois jeux sont proposés en ligne sur Internet. Hauser (Jens), « Comment les jeux réagissent aux événements de l'actualité : jeux de société » dans *Cahiers du cinéma, hors-série spécial jeux vidéo*, septembre 2002, p. 78 col. 2.
[2395] Le candidat est Howard Dean et le jeu est constitué de trois minis jeux. Il est réalisé uniquement pour les électeurs de l'Iowa. Le but du jeu est pédagogique puisqu'il vise à apprendre aux militants d'Howard Dean, à obtenir le plus de voix possibles en la faveur de leur candidat. Graillat (Ludovic), *De Tron à Matrix : réflexions sur un cinéma d'un genre nouveau, actes du colloque des 2,3, et 4 février 2004 à la Cinémathèque de Toulouse*, Toulouse, CRDP Midi-Pyrénées, mars 2006, 220 p. ; p. 83.

dont une publicité de presse montre une statue sans tête brandissant la console[2396]. Cette statue rappelle fortement celles des figures du communisme comme Lénine mais plus sûrement Mao Tsé-toung. De la même façon, en 1993[2397], l'enseigne Fnac fait la promotion de son nouveau magasin Fnac Micro, sis boulevard Saint Germain à Paris, en choisissant de se rapporter aux événements de Mai 1968 et aux manifestations étudiantes. Autre exemple, en 1995, l'éditeur Virgin lance en Angleterre une campagne pour le jeu *Command and Conquer* qui déclenche l'ire de la présidence française[2398]. Le problème est une affiche qui présente seize dictateurs ou apparentés, et le slogan « *previous high score* » (les meilleurs scores à ce jour). Or, parmi les personnalités politiques listées, il y a le visage de Jacques Chirac, nouveau Président de la République, dont la présence est due à l'opposition que suscite la reprise des essais nucléaires français[2399].

Cette façon d'aborder la politique (simples allusions) se retrouve également dans les jeux vidéo sous la forme de caricatures. Entre le milieu des années 1980 et le milieu des années 1990, plusieurs titres sur ordinateurs proposent aux joueurs d'incarner des dirigeants politiques, dans des jeux de combats[2400], de stratégies[2401] ou des parties de cartes[2402]. Les politiques sont parodiés et leurs noms sont changés, avec parfois une consonance comique. D'autres logiciels ludiques utilisent, pour leur part, la dérision pour évoquer ou traiter un événement ou les relations internationales[2403]. En outre, il peut aussi y avoir des sous-entendus sans aucun rapport avec la thématique proposée par le jeu[2404].

[2396] Voir annexe publicités p. 213.
[2397] Voir ; annexe p. *annexe pub* ; « Publicité Fnac Micro » dans *Joypad*, n° 16, janvier 1993, p. 63.
[2398] « *News* : la pomme de Chirac épinglée » dans *Consoles* +, n° 49, décembre 1995, p. 64 col. 2.
[2399] Devant les protestations de l'Elysée, Virgin décide de supprimer (ou de la cacher) le visage de Jacques Chirac.
[2400] Le jeu *Spriting Image* propose d'incarner par exemple Gorbatchev, Thatcher, Reagan, mais aussi le pape Jean-Paul II. « *Spriting Image* » dans *Joystick Hebdo*, n°15, 15 février 1989, p. 8 col. 1.
[2401] Dans le jeu *Nuclear War*, le joueur est à la tête d'une île et il affronte quatre autres pays. Il peut choisir ses adversaires parmi dix protagonistes, qui sont des caricatures des grands dirigeants politiques. Le jeu est humoristique et les personnages agissent selon le tempérament des dirigeants qu'ils représentent. Boolauck (Dany), « *Tilt journal* : *Nuclear War* » dans *Tilt*, n° 78, mai 1990, p. 14.
[2402] Nous pouvons citer le jeu *Politik Poker* du français Infogrames, qui propose un simple jeu de poker, teinté d'humour et de référence à la politique française. « *Tubes* : *Politik Poker* » dans *Tilt*, n° 29, mars 1986, p. 45 col. 3.
[2403] C'est le cas du jeu *Stoppez les missiles* sur *Spectrum*, réalisé en 1984. Le titre met en scène Annie, une pacifiste, qui doit empêcher le président Ronnie Raygun de lancer des missiles nucléaires. « *Tubes* : *Stoppez les missiles* » dans *Tilt*, n° 15, septembre 1984, p. 35 col. 3.
[2404] Dans le jeu *Dune* (qui s'inspire du livre éponyme), certains personnages ont le visage de personnalités comme le colonel Kadhafi, l'écrivain Salman Rushdie, ou bien encore l'ayatollah Khomeiny. De la même façon, le jeu de stratégie *Pouvoir*, qui s'apparente à un wargame, et où le joueur peut incarner des forces de l'ordre ou

En plus de ces éléments comiques et autres diverses évocations, se trouvent des jeux plus sérieux dont la dimension politique réside à la fois dans leur thématique, leur intérêt, et leurs mécaniques ludiques. Ce type de jeux propose aux joueurs de devenir président de la république, ministre des finances, ou bien encore maire d'une ville[2405]. Il offre la possibilité (suivant les titres), de conduire une politique, de traiter les différents problèmes qui se posent, ou bien encore de développer sa ville, son pays, et de veiller sur la population. Il s'agit le plus souvent de jeux de stratégie ou de simulation, et des logiciels pour ordinateurs.

Les types de gouvernement dans les jeux vidéo

Enfin, nous remarquons que les jeux vidéo mettent en scène plusieurs types de gouvernances et de systèmes politiques. Dans la plupart des cas, ils sont intégrés aux histoires des jeux, et ils viennent seulement crédibiliser les contextes. Leur mise en scène et leurs représentations sont proches de ce que fait le cinéma, ou bien encore les romans d'*heroic fantasy*, voire les contes en ce qui concerne la monarchie. Les joueurs sont toujours placés du côté du bien, et ils n'incarnent jamais un personnage à la solde d'une dictature, ou d'un Etat totalitaire. Cependant, il existe un type de jeu où le système politique à une importance pour le déroulement de la partie. Il s'agit des jeux de stratégie en temps réels comme *Civilization*, qui met en opposition et en concurrence divers systèmes politiques. Ces derniers correspondent dans ce jeu à l'état de développement de la civilisation du joueur. Or Il est intéressant de noter que le plus haut niveau de l'évolution concorde avec l'adoption de la démocratie, dans un régime libéral s'apparentant au régime américain[2406]. Cependant, ce choix peut simplement s'expliquer par le fait que ce jeu est crée par des Américains.

---

des manifestants, dispose d'une jaquette où sont caricaturés en CRS, Jacques Chirac et Georges Marchais. Toutefois, il s'agit de la seule référence politique. Voir : Ichbiah (Daniel), *Bâtisseurs de rêve : enquête sur le nouvel eldorado des jeux vidéo*, Paris, First Documents, 1997, 430 p. ; p. 242 ; « *Tubes* : *Pouvoir* » dans *Tilt*, n° 31, mai 1986, p. 39 col. 1.

[2405] Nous pouvons citer en exemple deux titres pour ordinateur Thomson, à savoir *Votez pour moi* et *Politique économique*, mais aussi le populaire et renommé *Sim City*.

[2406] Fortin (Tony), « *Cyberwar* » dans *Planetjeux.net*, 12 septembre 2005, p. 3, http://www.planetjeux.net/index.php3?id=article&rub=read&article=117&page=3

Conclusion : un traitement léger et superficiel

Les jeux vidéo traitent de la question politique de façon superficielle. Les concepteurs font soit des allusions, le plus souvent à tendance humoristique, soit ils utilisent ce domaine pour crédibiliser les scénarios des jeux. C'est un thème vu en surface, qui n'est pas étudié et utilisé en profondeur. De la même façon, les liens avec les politiques, ou l'utilisation des programmes ludiques dans un cadre public se restreignent à quelques exemples, qui apparaissent bien souvent comme des cas isolés ou ponctuels. Toutefois, nous pouvons remarquer que les systèmes politiques les mieux représentés s'apparentent ou reproduisent un système de démocratie libérale. C'est un choix qui n'est pas sans importance puisqu'il expose la vision occidentale, et surtout américaine, de la politique et de la société. Ces jeux peuvent donc être mal perçus dans des pays comme l'Arabie Saoudite ou la Chine. Cependant, en l'absence de documents et d'articles de presse sur ces pays en matière de jeux vidéo, nous ne savons pas quels peuvent être les réactions de pays ayant des divergences avec les Occidentaux, face à ces produits ludiques. Il faut souligner que ces jeux sont faits pour une audience d'abord occidentale, et que le choix de mettre en évidence tel ou tel système est lié, selon nous, à l'origine des créateurs.

b) Les jeux vidéo : un nouveau média de propagande ?

En dépit du traitement léger et sommaire du thème politique dans les jeux vidéo, il n'est pas exclu de se demander, si ce loisir numérique peut être utilisé à des fins partisanes ou servir à véhiculer, sciemment ou non, une quelconque idéologie. Cette question apparaît comme légitime, à la vue des échanges et des relations, qui existent entre ces deux mondes, mais aussi du fait d'exemples dans les autres industries culturelles et du divertissement (cinéma, littérature, musique).

Des jeux peu engagés

Comme nous avons pu l'entrevoir dans la précédente partie, rappelons que les jeux vidéo sont globalement peu engagés. Les messages idéologiques ou politiques, qui peuvent s'entrevoir dans les logiciels ludiques sont plutôt neutres, ont une forme d'allusions, et surtout ils sont assez sommaires, voire simplistes. Les contextes historiques et politiques sont généralement dénaturés et réduits à leur plus simple expression, puisqu'ils se résument à une confrontation entre le bien et le mal. Alors que certaines productions littéraires, télévisuelles, de cinéma ou de théâtre, invitent leurs lecteurs ou leurs spectateurs à réfléchir, ou à prendre position, les jeux vidéo demeurent orientés uniquement vers le divertissement. Les joueurs ne sont pas pris à partie, et ils ne sont pas poussés à se poser des questions sur le contexte du jeu, ou sur l'action qui se déroule devant leurs yeux.

Toutefois, nous pouvons remarquer qu'un certain nombre de programmes ludiques (particulièrement sur ordinateurs[2407]) reflète dans leurs mécaniques de jeux, ou leurs scénarios, une vision fondée sur une économie de marché [2408]. La division du travail (taylorisme notamment) est un autre élément présenté comme naturel et universel (quelle que soit la période où se déroule le jeu). Les logiciels ludiques poussent les joueurs à accumuler les biens, les richesses, les compétences, à gérer les différentes ressources, à surveiller sa productivité parfois, mais aussi à désirer et

[2407] C'est le cas par exemple des jeux de type stratégie, stratégie en temps réel (STR), ou bien encore de gestion. Néanmoins, de nombreux jeux d'action sont également concernés.
[2408] Fortin (Tony), « Politique et jeux vidéo » dans *Planetjeux.net*, 19 août 2004, p. 3, http://www.planetjeux.net/index.php3?id=article&rub=read&article=008&page=3

à vouloir acquérir de nouveaux objets ou de nouvelles capacités[2409]. De ce point de vue, les jeux vidéo reflètent une certaine vision occidentale du monde, et ils véhiculent aussi l'idéologie dominante américaine[2410]. Par exemple, le sociologue Laurent Trémel pense à propos des jeux de rôle et de stratégie sur ordinateur, dont certains titres sont perçus comme des jeux vidéo « intelligents) que leur univers représente :

« une forme de société américanisée où, si on a la volonté et la chance, on peut réussir, et que certains voudraient efficiente. »[2411]

En effet, le régime et le système politique des Etats-Unis, leur économie libérale, mais aussi le mode de vie de la société américaine[2412] sont érigés comme modèles. Ils sont montrés comme les meilleurs possibles. Leur adoption devient même synonyme d'émancipation, et surtout de haut niveau de développement pour les sociétés (dès lors, elles sont contemporaines et modernes).

Il faut souligner que ces positions ne sont généralement pas explicites. Pour reprendre les pensées de Laurent Trémel, lorsque le journaliste de l'*Humanité* lui demande :

« Le jeu vidéo serait donc à votre avis, un jouet dangereux? »

Sa réponse est la suivante :

[2409] L'acquisition de nouveaux objets, et de nouvelles capacités est un signe de progression pour le joueur, non seulement dans le jeu, mais aussi en ce qui concerne son ou ses avatars de jeu. Les logiciels poussent d'une certaine façon au renouvellement de l'équipement, et à l'investissement des ressources monétaires (ou points apparentés) amassées au cours de la partie.
[2410] Notons que les jeux vidéo, particulièrement par l'intermédiaire des logiciels ludiques sur ordinateur, n'échappent pas à la prédominance culturelle des Etats-Unis, qui se vérifie aussi plus généralement dans le secteur du divertissement et des productions culturelles occidentales. Sur console, cette hégémonie est contrebalancée par la prépondérance des Japonais et de leur culture.
[2411] Cicco (Anne), « Les limites du jeu vidéo dit «intelligent » dans *l'Humanité.fr*, 5 décembre 1995, http://www.humanite.fr/node/187530
[2412] Les *Sims* est l'archétype du jeu, qui met en avant le mode de vie américain (vie en banlieue, travail, divertissement).

« Il est simplement à l'image de l'idéologie dominante […] Le jeu a toujours eu une fonction sociale et tente de prédéterminer les rôles de chacun dans notre société. »

Les concepteurs ne réalisent pas leurs jeux avec l'intention de faire la promotion d'un système politique ou économique, ou celle de faire valoir leurs propres idées politiques. Leurs reprises semblent faites de manière inconsciente, et elles sont aussi causées par un souci de simplicité, de standardisation, voire un manque de créativité. Cependant, il existe quelques exceptions, qui font que certains jeux vidéo sont un peu plus engagés que d'autres, ou tout du moins, qu'ils tentent de l'être sans pour autant délaisser le côté jeu et divertissement.

Les jeux vidéo engagés

Ainsi, nous pouvons signaler des titres qui abordent des sujets tendancieux et sensibles. Quelques-uns essayent même plus ou moins implicitement de porter une critique, et de dénoncer certains thèmes comme le fascisme (*The Nomad Soul*)[2413], l'esclavage à l'époque moderne (*Freedom*[2414]), ou les conflits entre civilisations et les génocides (*Oddworld*). En outre, des programmes ludiques incitent les joueurs à s'engager et à prendre position, en les invitant à faire des choix moraux, avec en toile de fond la réalisation du bien ou du mal (*Fallout*), ou bien encore à choisir son camp et une ligne de conduite politique. Il y a également le cas des jeux dit « subversifs » car délibérément politiquement incorrect, au regard assez cynique envers la société. Ils sont contre l'ordre, et surtout ils mettent le joueur dans des situations interdites et réprimées par la vie en communauté (gangsters, trafiquants, casseurs). Parmi ce type de jeux, citons la série des *Gran Theft Auto*, *Mafia* ou *State of emergency*. Néanmoins, ces titres qui peuvent apparaître comme libertaires ne portent pas en eux-mêmes des revendications, et ils ne sont pas non plus le fait d'alter mondialistes, de personnes issues de mouvements classés à gauche, voire de courants

[2413] Fortin (Tony), « Politique et jeux vidéo » dans *Planetjeux.net*, 19 août 2004, p. 2, http://www.planetjeux.net/index.php3?id=article&rub=read&article=008&page=2

[2414] Ce logiciel place le joueur dans la peau d'un esclave d'une plantation martiniquaise au 18e siècle. Le but du jeu est de retrouver la liberté, notamment en menant une révolte. Il faut souligner que *Freedom* est un jeu vidéo français, édité en 1988 sur les ordinateurs *Atari ST* et *Amiga* par la société Cocktail Vision. Il est l'œuvre de Muriel Tramis (conceptrice d'origine martiniquaise), assistée pour l'écriture du scénario par Patrick Chamoiseau (écrivain français également d'origine martiniquaise, connu pour avoir obtenu le prix Goncourt en 1992). Caberia (Eric), «*SOS aventure* : *Freedom* » dans *Tilt*, n° 61, décembre 1988, p. 134 col. 1.

anarchistes. Il s'agit simplement pour les éditeurs de jeux, de proposer aux joueurs d'incarner un ou des personnages peu fréquentables, d'expérimenter des situations nouvelles, et de réaliser le fantasme de braver les interdits.

Nous pouvons aussi donner l'exemple d'*Impérialisme,* un jeu de stratégie dans la mouvance de *Civilization*. Le but du joueur est de se faire élire à la tête du Conseil des gouverneurs, qui entérine la domination de la nation la plus puissante sur le monde. Pour y arriver, il doit développer son pays d'origine, renforcer sa puissance commerciale et militaire, et mener une politique diplomatique avec ses voisins ou exploiter des nations « sous-développées ». Le jeu se déroule sur un siècle, de 1815 à 1915, et il propose soit de jouer un scénario complètement fictif ou soit basé sur des situations historiques. Si pour les joueurs, ce logiciel ludique n'est qu'un jeu de stratégie supplémentaire, pour un journal comme *Libération*, il apparaît comme « vicieux » et « technofasciste ». Le journaliste note au propos du jeu :

« La preuve avec Impérialisme, un titre aux relents nostalgico-autoritaires qui porte son idéologie en bandoulière »[2415].

C'est surtout le principe de ce type de jeu qui est en cause :

« Certes, de Colonization à Age of Empires, les jeux de simulation guerrière ont toujours grattouillé les fantasmes autoritaires supposés des joueurs. Provoquant toujours le même malaise, avec leur bouillis de rationalité extrême (chaque personnage, de l'ouvrier au soldat, est réduit à une série de statistiques: intelligence, force, rapidité), et d'Histoire mal digérée […] Un ouvrier devient une unité de main-d'oeuvre, que le dirigeant éclairé enverra éventuellement en formation pour améliorer sa productivité. Ici, les petits pays ont pour fonction d'être exploités et servent de champ de bataille pour les grandes puissances. »[2416]

Il conclut :

[2415] Latrive (Florent), « *Ecrans* : L'envers du jeu. Le technofascisme ne passera pas. » dans *Libération.fr*, 5 juin 1998, http://www.liberation.fr/ecrans/0101249807-l-envers-du-jeu-le-technofascisme-ne-passera-pas
[2416] *Ibid.*

« Le titre témoigne d'une dérive décérébrée du genre et se pose en rejeton abject de la technique et de l'Histoire. »[2417]

Les jeux idéologiques

Jusqu'à présent, nous ne pouvons que réaffirmer le caractère succinct de l'engagement des jeux vidéo, qui se destinent uniquement à leur vocation première, c'est-à-dire le jeu. Malgré cela, il existe tout de même une catégorie de programmes ludiques, un peu spéciaux, susceptibles d'être axés sur un thème politique, porteur d'idéologies, et parfois même réalisés dans un but de propagande. Ce type de jeux obtient l'attention des médias à partir des années 1990, avec des rumeurs sur l'existence et la vente de titres xénophobes et racistes, se rapportant notamment à l'idéologie nazie[2418]. Ces programmes prennent essentiellement deux formes, à savoir des questionnaires à choix multiples, ou des copies de titres commerciaux (ces copies sont réalisées en « amateur »). Toutefois, leur distribution demeure confidentielle, puisqu'ils ne sont disponibles que par des canaux de distributions souterrains, ou des serveurs informatiques discrets. Ainsi, pour jouer à ces jeux, il faut le plus souvent le vouloir, et surtout savoir où se les procurer. De cette manière, ce type de jeux cible un public particulier et la démarche pour les obtenir n'est pas anodine.

Les jeux ouvertement engagés et idéologiques sont quasi exclusivement des jeux réalisés par des amateurs. Avec le développement des outils pour créer les logiciels ludiques et l'apparition d'Internet[2419], la diffusion de tels programmes est facilitée et surtout, elle est le plus souvent gratuite. De ce fait, à la fin de la période étudiée, il existe de nombreux jeux de cette sorte, qui s'inspirent de thèmes

[2417] *Ibid*.
[2418] Il faut préciser que c'est un phénomène qui touche principalement l'Allemagne et l'Autriche, et qui concerne les jeux sur ordinateur. Voir : Le Diberder (Alain et Frédéric), *L'univers des jeux vidéo*, Paris, La découverte, 1998, 274 p. ; p. 201 ; Ichbiah (Daniel), *Bâtisseurs de rêve : enquête sur le nouvel eldorado des jeux vidéo*, Paris, First Documents, 1997, 430 p. ; p.381/383.
[2419] Nous avons vu dans la première partie de la thèse (voir p. 203), les outils utilisés par les amateurs pour créer des jeux. A ces outils, il faut aussi ajouter des programmes spécifiques à Internet mais pas aux jeux vidéo, comme *Flash* qui permet de programmer et réaliser des animations ainsi que des jeux (plutôt simples voire sommaires).

politiques ou d'événements de l'actualité[2420]. Certains sont humoristiques, d'autres ont un but de propagande, tandis que quelques jeux sont réalisés dans l'optique de dénoncer des situations précises. Toutefois, soulignons que leur audience est tout de même assez limitée. Tout d'abord, la presse spécialisée ne s'est pas intéressée à ce phénomène, au-delà de la simple actualité. Ils ne font l'objet d'aucune publicité, et pour les obtenir, il faut encore une fois le vouloir, ou bien alors les trouver par hasard.

Les jeux de guerre

Terminons ce paragraphe par l'évocation des jeux de guerre, qui à bien des égards illustrent la façon dont les jeux vidéo peuvent être utilisés pour propager des idées, une vision politique, sans pour autant en donner l'impression. Tout d'abord, il faut mentionner que la guerre est un thème très exploité dans les jeux vidéo. Les genres de prédilection qui la mettent en scène sont les wargames, les jeux de stratégies, les simulations (principalement aériennes), ainsi que les jeux d'action et notamment les jeux de tir à la première personne. D'ailleurs, cette dernière catégorie devient en vogue au début de l'an 2000, avec de nombreux logiciels qui projettent les joueurs dans la peau d'un soldat, et qui proposent des situations de combats, ou bien des opérations de type commando[2421].

Ensuite, le secteur des jeux vidéo entretient, presque dès son apparition, des relations avec l'armée et des entreprises issues de l'industrie militaire. Les collaborations donnent lieu à des coopérations pour la réalisation des produits ludiques essentiellement, mais aussi pour la conception de certains simulateurs d'entraînement militaire[2422]. Toutefois, cette complicité entre pleinement dans le

[2420] Par exemple, après les attentats du 11 septembre 2001 aux Etats-Unis, des jeux qui s'inspirent de cette actualité apparaissent sur Internet. De même, le conflit entre Israéliens et Palestiniens est également à l'origine de nombreux jeux.

[2421] Notons qu'il existe dans le cadre des jeux de guerre, deux types de jeux de tir à la première personne. L'un propose de suivre un scénario, tandis que l'autre oppose deux équipes de joueurs (garder une position, attraper un drapeau, être le dernier survivant). Ces deux genres peuvent coexister au sein d'un même jeu.

[2422] Par exemple, au milieu des années 1980, la société française Micro Application s'associe avec une société spécialisée en engin balistique pour la réalisation de son jeu *Star Crash*. De même, Sega ou Namco établissent des partenariats avec des entreprises qui travaillent pour l'armée, pour bénéficier de leur savoir-faire dans les simulateurs, la réalité virtuelle, ou les images de synthèse. En outre, pour les entreprises dépendantes du secteur militaire, le jeu vidéo représente un débouché alternatif. Pour ce qui est de l'armée, les militaires sont susceptibles d'être intéressés par tel ou tel jeu, et ainsi demander à l'éditeur de réaliser spécialement une version pour leur besoin. Voir : « *Tilt journal* : symphonique » dans *Tilt*, n° 13, juin 1984, p. 6 col. 3 ; Jolivart Bernard, *Les jeux vidéo*, Paris, PUF, 1994, 128 p. (coll. «*Que sais-je?»)*; p. 120.

champ de la question que nous traitons dans ce paragraphe au début de l'an 2000. En effet, c'est à partir de cette période que l'armée américaine décide d'utiliser les jeux vidéo, afin de recruter de nouveaux soldats. De cette manière, des jeux d'action (de type jeux de tir à la première personne) sont spécialement réalisés[2423] pour attirer les individus, et notamment les jeunes, mais aussi et surtout évaluer leurs compétences. Les logiciels ludiques sont employés dans une optique de séduction, et pour banaliser l'institution militaire qui doit être vue comme n'importe quel autre recruteur, et une entreprise d'avenir. De la même façon, il s'agit aussi d'une certaine façon de dédramatiser l'acte de guerre.

Le traitement de la guerre par les jeux vidéo peut également être discuté. A la manière des logiciels ludiques aux sujets historiques, les conflits, dont certains appartiennent presque à l'actualité, sont vidés de leur essence. Les contextes et le sens des interventions sont épurés de toute la complexité des relations internationales. La guerre est réduite à un affrontement entre deux camps, dont l'idéologie se résume encore une fois à un combat entre le bien (incarné par le joueur) et le mal. Le camp du joueur a forcement raison, et il est dans la majorité des cas le vainqueur à la fin du jeu. Il n'y a aucune alternative à ce manichéisme, ainsi qu'aucune place à la réflexion sur la guerre. De même, ces jeux ne représentent pas les erreurs humaines, les dommages collatéraux, ou les rebellions des populations civiles. Cela n'existe tout simplement pas dans le temps de jeu. Le joueur ne prend pas non plus vraiment d'initiatives dans les jeux de guerre de type action. Il est tenu de suivre les ordres et, de ce fait, les programmes ne lui donnent pas de libertés en dehors de ce qui est prévu par le scénario.

La représentation des combats est de plus en plus réaliste, au fur et à mesure de la montée en puissance des machines ludiques, particulièrement du point de vue graphique, et dans les jeux de tir à la première personne. Le but recherché par les concepteurs est de plonger les joueurs dans un environnement le plus proche possible de la réalité, pour qu'ils adhèrent aux jeux, et qu'ils s'imaginent au cœur de l'action. Cependant, excepté la reproduction du sang, c'est une guerre stylisée,

[2423] C'est le cas du jeu *America's army*.

parfois extrêmement technique[2424], et surtout propre qui est mise en scène (pas de massacres, pas de morts de civils, de destructions de bâtiments civils, etc.).

A côté de cette image de la guerre rendue presque inoffensive et ludique, il faut souligner que la vision des conflits, mais aussi de la diplomatie internationale sont appréhendés sous la perspective américaine (particulièrement dans les jeux de tir à la première personne). Les scénarios des jeux, qu'ils soient imaginaires ou basés sur des faits réels, s'imprègnent des idéaux des Etats-Unis (liberté, démocratie, combat contre les dictatures, les terroristes). De même, les ennemis qui font face aux joueurs sont quasi exclusivement des opposants à l'Amérique. Ainsi, suivant les titres, les joueurs se battent contre des Sud Américains, des Russes, des Irakiens, des Iraniens, des Asiatiques (Nord Coréens, Vietnamiens, Japonais). Ils peuvent apparaître comme politiquement orientés et partisans, surtout lorsqu'ils projettent les joueurs dans un conflit qui rappelle des événements de l'actualité. C'est par exemple le cas après les attentats du 11 septembre 2001 à New York, et durant l'intervention américaine en Irak, où des jeux de guerre situent leur action au Moyen-Orient[2425], et opposent des combattants arabes aux joueurs, qui incarnent un soldat blanc et généralement anglo-saxon.

Ces jeux de guerre ne suscitent aucune réaction de rejet de la part d'associations, de la presse spécialisée, ou même des politiques (par exemple des politiques français). Les professionnels des jeux vidéo les réalisent ainsi, non seulement dans un souci de réalisme[2426], mais aussi parfois pour coller à l'actualité, et profiter de l'attention médiatique[2427]. Le manque de réaction peut être attribué selon nous, à la méconnaissance des jeux vidéo, mais aussi au fait que ces jeux de

[2424] Surtout dans les wargames et les jeux de stratégie, où l'essentiel de l'intérêt ludique se concentre sur la gestion des troupes et des tactiques de combat.
[2425] Par exemple *Conflict Desert Storm*.
[2426] Plus le jeu se veut réaliste, et plus l'argument a des chances d'attirer et de toucher les joueurs positivement. Par exemple, en 1992, lors du test du jeu *Desert Strike*, un *shoot'em up* qui s'inspire de la guerre du Golfe, et qui se déroule quelque part au Proche Orient, le journaliste conscient de l'américanisme du titre, indique tout de même dans les points positifs, la réalité du scénario, crédibilisé en raison de l'actualité. Le but du joueur est alors vu comme véritable, comparé aux autres jeux qui possèdent des scénarios inventés ou bien alors enfantin comme dans la série des « Mario ». Il n'y a aucune réserve sur le jeu, son point de vue, ou la représentation du conflit. TSR, « *Desert Strike* » dans *Joypad*, n° 6, mars 1992, p. 95 col. 2.
[2427] L'attitude de Sony est révélatrice de ces buts. En mars 2003, au début des opérations américaines en Irak, l'entreprise s'empresse de déposer le nom de code de l'intervention *Shock and Arraw*. Toutefois, devant la vague de critique, Sony fait marche arrière. Pilet (Stéphane), « *Le jeu vidéo comme arme de propagande* » dans *Le Monde Diplomatique*, septembre 2003, p. 27. http://www.monde-diplomatique.fr/2003/09/PILET/10469

guerre sont perçus de la même façon que les films d'action réalisés par les studios d'Hollywood.

Conclusion : des jeux sans idéologie qui peuvent devenir un média de propagande

Pour la période que nous étudions, nous pouvons dire que les jeux vidéo apparaissent comme un domaine plutôt neutre, qui n'est pas porteur explicite de doctrines, de politique ou de messages partisans. Les thèmes, les univers, et les mises en scènes des logiciels ludiques sont uniquement tournés vers le divertissement et le jeu, sans aucune autre intention, et ils sont ainsi traités dans ce but précis. La substance idéologique que peut contenir certains titres est souvent un ajout inconscient de la part des concepteurs. Elle est principalement due à la relative jeunesse du secteur, au manque de créativité, mais aussi à un mimétisme avec le cinéma, et plus généralement à la culture dominante et à l'origine anglo-saxonne des développeurs. Toutefois, il s'avère qu'à la vue de quelques exemples (logiciels ludiques amateurs, jeux de guerre), les jeux vidéo ont la capacité d'être un media de propagande, et d'être utilisé pour servir une cause, ou tout du moins pour délivrer un message (vision d'auteur par exemple). Ce type d'utilisation est encore balbutiant, mais il peut s'avérer redoutable, étant donné que les codes des jeux vidéo sont méconnus du grand public et des politiques. Sans compter les professionnels du secteur, qui sont peu critiques sur certains de leur choix, ou le manque de considération des intellectuels pour ces univers.

2) Existe-t-il une politique du jeu vidéo en France ?

a) Les actions de l'Etat français dans le domaine des jeux vidéo

Durant la période que nous étudions, nous constatons différentes interventions de l'Etat dans le secteur des jeux vidéo. Les initiatives peuvent être directes, et donc concerner spécifiquement cette industrie de loisirs, ou bien alors être indirectes, c'est-à-dire qu'elles visent un secteur annexe des nouvelles technologies, mais dont les répercussions sont susceptibles de toucher aussi les jeux vidéo. En outre, nous incluons dans ces actions, non seulement les décisions prises par l'Etat, mais aussi certaines interventions (médiatiques) des dirigeants politiques (vision du secteur, projet de loi).

Il nous apparaît que les propositions et les résolutions politiques se repartissent en trois grands points. Tout d'abord, des interventions en direction des consommateurs, puis des aides pour le développement et le soutien de l'industrie et de ses acteurs, et enfin des études pour connaître ce secteur, ainsi que ses besoins.

Des politiques pour la protection des consommateurs

Le premier grand point de l'action de l'Etat dans les jeux vidéo concerne les consommateurs. Il y a tout particulièrement une volonté de veiller sur leur sécurité lors de la pratique, mais aussi et surtout sur leur santé. Au début des années 1980, l'Etat intervient essentiellement dans le domaine des jeux d'arcade, avec des réglementations imposées aux salles d'arcade[2428]. En raison de la mauvaise réputation de ces établissements de jeux, les politiques agissent pour en limiter l'accès aux mineurs. Toutefois, c'est à partir des années 1990, avec la montée des oppositions aux jeux vidéo, que les initiatives des politiciens sont plus importantes, plus fréquentes, voire parfois virulentes. Comme nous avons déjà pu l'indiquer, le seul exemple d'intervention directe de l'Etat pour la protection du consommateur se fait à l'occasion des accusations qui établissent un lien entre les jeux vidéo et l'épilepsie. L'Etat oblige les constructeurs et les éditeurs à avertir les consommateurs

[2428] Voir p. 84.

sur les dangers de l'épilepsie, puis à introduire dans les boîtes des produits ludiques une liste de recommandation d'usage.

Soulignons que le spectre d'une ingérence de l'Etat peut être vu comme une intervention indirecte des pouvoirs publics, puisqu'il pousse les acteurs du secteur à s'organiser en syndicat, et à prendre des décisions pour la régulation de la pratique. Nous en avons donné un exemple avec la création d'un système de signalisation qui conseille les logiciels ludiques suivant des catégories d'âge[2429]. Enfin, il est à souligner qu'à partir de cette période, quelques politiques s'intéressent aux jeux vidéo, mais pour s'inquiéter des dangers supposés de la pratique (violence, maladie). Ainsi, ils peuvent se répandre dans les médias en faisant de simples commentaires, ou bien alors déposer des propositions de lois afin de réguler plus durement le secteur[2430].

L'intervention de l'Etat pour le développement du secteur

Pour notre second point, à savoir une politique en faveur du développement des jeux vidéo, nous pouvons le subdiviser en quatre branches. Premièrement, les actions émanent d'une volonté politique et gouvernementale de développer en France les industries des nouvelles technologies. Pour notre période d'étude, deux phases sont perceptibles. La première se situe au début des années 1980, à l'initiative des gouvernements socialistes. Toutefois, les politiques initiées ne sont pas directement liées aux jeux vidéo, mais elles visent plutôt la démocratisation de l'ordinateur. Néanmoins, les jeux vidéo sont tout de même concernés, car ils sont vus comme une porte d'entrée vers l'informatique et ces mondes numériques. Ainsi, en 1983 est crée l'*agence Octet*, une association interministérielle mise en place par Jack Lang[2431], qui est rattachée au ministère de la culture et à celui de l'industrie. Son but est notamment de favoriser le mélange des nouvelles technologies et de la culture, et elle couvre des domaines aussi variés que les images de synthèse, le dessin animé, le clip vidéo[2432], et donc aussi le jeu vidéo[2433].

[2429] Voir p. 664.
[2430] Nous en avons vu un exemple avec le député Lionnel Luca. Voir p. 668.
[2431] Verdo (Yann), « *Cinéma* : *carnet.portrait* : Thierry Forsans » dans *Les échos*, n° 19523, 19 Octobre 2005, p. 12. http://archives.lesechos.fr/archives/2005/LesEchos/19523-63-ECH.htm
[2432] L'agence permet la naissance du secteur français du clip vidéo.

Le second exemple est peut être plus emblématique car il a suscité un intérêt médiatique plus grand, principalement parce qu'il touche le domaine de l'éducation. Il s'agit du *Plan informatique pour tous*, lancé par le gouvernement de Laurent Fabius le 25 janvier 1985[2434]. Il a principalement pour but d'initier les élèves à l'informatique. Pour ce faire, il comporte trois axes, avec l'installation d'ordinateurs dans les écoles, collèges et lycées[2435], la fourniture de logiciels adéquats[2436], ainsi que la formation des enseignants[2437]. Ce plan suscite de nombreux débats, parfois vifs, sur sa

[2433] D'après le premier numéro de *Science et Vie Micro* en décembre 1983, l'agence est considérée comme une initiative, qui permet l'apparition et le lancement d'une production française de jeux vidéo. Le magazine détaille un stage organisé par l'agence sur le thème « architecture du jeu vidéo » dans lequel des graphistes, des musiciens, des éditeurs, des informaticiens, des scénaristes, et des producteurs de télévision sont réunis pour travailler ensemble afin de créer des scénarios (de jeux). Le stage est complété par des conférences sur l'histoire des jeux vidéo, la création aux Etats-Unis, ou le futur des jeux. Enfin, il est également prévu que les stagiaires restent en contact grâce au Minitel pour pouvoir continuer les travaux. « *Actualités* : du jeu vidéo *made in* France » dans *Science et Vie Micro*, n° 1, décembre 1983, p. 11 col. 2.

[2434] Soulignons que ce plan n'est pas une première tentative d'introduire l'informatique dans l'enseignement. Nous pouvons le voir comme l'aboutissement, mais aussi la continuation d'un processus débuté durant les années 1960. En effet, durant cette décennie de multiples tentatives sont faites, aussi bien dans l'enseignement supérieur (IUT notamment) que dans le secondaire (collège, lycée, lycée professionnel), pour introduire l'outil informatique dans les classes. Pendant les années 1970, les expériences se poursuivent avec une volonté plus affirmée d'équiper les établissements avec des ordinateurs. Par exemple, entre 1972 et 1976, un test voit l'installation dans « 58 lycées » de seize postes informatiques (deux mini-ordinateurs et huit consoles). La fin des années 1970 et le début des années 1980 est une période où il y a une prise de conscience de l'importance de l'informatique dans la société. De cette manière, de nouveaux plans plus importants sont envisagés, puis mis en place. En novembre 1980, le Ministère de l'Education présente un plan, où il est question d'équiper de 8 postes informatiques tous les lycées (sur une période de 5 ans) et de former du personnel. Les collèges et les écoles sont aussi concernés. Enfin, la question de l'informatique et de l'enseignement est inscrite dans les orientations du IX^{e} Plan (1984-1988) avec l'ambition de placer dans le système scolaire 100 000 ordinateurs et de former 100 000 personnes. En outre, d'après *Tilt*, à la fin de l'année 1984, 3500 ordinateurs sont implantés dans les écoles. Nous pouvons remarquer que ce sujet, et cette insertion de l'outil informatique dans le monde scolaire dépassent les clivages politiques, puisqu'il en est question sous les présidences de de Gaulle, Pompidou et Giscard d'Estaing. Ce n'est donc pas un programme et une volonté uniquement d'inspiration socialiste. Nous pouvons aussi dire qu'après le *Plan informatique pour tous*, l'informatique continue de s'ancrer dans le système scolaire, notamment par exemple, en faisant partie intégrante des cours de technologie au collège. Toutefois, notons qu'il s'agit dans notre période d'étude, du dernier grand plan d'envergure lié à l'informatique lancé par l'Etat français. Voir : Archambault (Jean-Pierre), « Une histoire de l'introduction des TIC dans le système éducatif français : 1985, vingt ans après… » dans *Médialog*, n° 54, juin 2005, p. 44 col. 2 et 3, p. 45 col. 1 et 2 ; Charreyron (Véronique), « *Tilt journal* : IPT : y'a un micro dans le potache » dans *Tilt*, n° 24, septembre 1985, p. 8 col. 2.

[2435] L'année du plan, 120 000 ordinateurs sont disposés dans les établissements scolaires. Ces ordinateurs sont des machines familiales, ainsi que professionnels (ordinateurs de type *PC*), et ils sont de plus disposés en réseau. Il est à noter qu'un an après, le plan est élargi aux établissements privés sous contrat, mais aussi l'équipement est renforcé par l'installation de Minitels (50 000 terminaux d'après *Tilt*). Voir : Archambault (Jean-Pierre), « Une histoire de l'introduction des TIC dans le système éducatif français : 1985, vingt ans après… » dans *Médialog*, n° 54, juin 2005, p. 43 col. 2. ; « *Tilt journal* : IPT : un an après » dans *Tilt*, n° 37, décembre 1986, p.22 col. 3.

[2436] 500 logiciels sont ainsi diffusés. Ils répondent à des objectifs à la fois pédagogiques et professionnels. Ils comprennent des programmes éducatifs, qui concernent les différentes matières scolaires (français, mathématiques, géographie, arts plastiques), et ce sur différents niveaux, ainsi que des logiciels plus classiques de l'univers informatique comme des traitements de texte, des tableurs, ou des gestionnaires de fichiers. Archambault (Jean-Pierre), « Une histoire de l'introduction des TIC dans le système éducatif français : 1985, vingt ans après… » dans *Médialog*, n° 54, juin 2005, p. 43 col. 2 et p. 45 col. 2.

[2437] 110 000 enseignants sont formés à l'informatique, lors de stages rémunérés d'une durée de cinquante heures. La formation a pour but de sensibilisés le personnel enseignant aux matériels et aux logiciels informatiques, afin qu'ils puissent en avoir la maîtrise, mais aussi les aider à réfléchir sur la façon d'intégrer ces nouveaux outils dans les pratiques pédagogiques. *Ibid.* p. 43 col. 2.

réussite et sur ses objectifs. Certains lui reprochent par exemple un manque de formation des enseignants, ou une sous utilisation des machines, qui par ailleurs sont vues comme obsolètes[2438]. Néanmoins, ce plan permet de démystifier l'outil informatique, et de permettre à de nombreux élèves d'utiliser un ordinateur pour la première fois. Il constitue également un symbole de l'évolution de la société vers une société de l'information, informatisée, et des nouvelles technologies[2439]. Plus spécifiquement pour les jeux vidéo, si son rôle est limité, il met en exergue quelques machines comme celles de Thomson (le *MO5*, le *TO7*) qui sont alors alimentées en jeux (notamment en jeux éducatifs). De plus, il a aussi pour but d'aider au développement du secteur de l'édition logiciel, et à celui des sociétés françaises dans ce domaine. Ainsi, par exemple, une entreprise spécialisée dans le jeu vidéo comme Infogrames bénéficie de ce plan[2440], qui peut alors être perçu comme une façon de subventionner l'industrie du logiciel.

La seconde phase débute dans la seconde moitié des années 1990 et elle concerne l'établissement d'une société de l'information. Elle est centrée sur le développement des nouvelles technologies issues du numérique, et notamment le déploiement du réseau Internet en France. Pour ce faire, en 1997 est crée le PAGSI, le programme d'action gouvernemental pour la société de l'information, puis en 1998, le CISI, le Comité interministériel pour la société de l'information[2441]. Le rôle de ce comité interministériel est de définir les grandes orientations politiques et les priorités d'action pour l'intégration et le développement des nouvelles technologies. Il évalue les initiatives mises en oeuvre et l'état de développement de la société de l'information, mais aussi il intervient sur les questions techniques, sociales et juridiques liées aux technologies du numérique.

A la fin de la période que nous étudions, le Premier Ministre Jean-Pierre Raffarin lance, en novembre 2002, le plan *RE/SO 2007* (Pour une REpublique numérique

[2438] « *Tilt journal* : IPT : un an après » dans *Tilt*, n° 37, décembre 1986, p.22 col. 3.
[2439] Archambault (Jean-Pierre), « Une histoire de l'introduction des TIC dans le système éducatif français : 1985, vingt ans après… » dans *Médialog*, n° 54, juin 2005, p. 45 col. 3.
[2440] Infogrames réalise le *Cube Basic* pour l'ordinateur *TO7* de Thomson, qui regroupe 4 cassettes de découvertes, accompagnés de livrets. Le produit est sélectionné par l'Etat, ce qui permet à l'entreprise d'en vendre 90 000 exemplaires. Ichbiah (Daniel), *Bâtisseurs de rêve : enquête sur le nouvel eldorado des jeux vidéo*, Paris, First Documents, 1997, 430 p. ; p. 114.
[2441] http://www.ant.developpement-durable.gouv.fr/actions-de-l-etat-en-matiere-d-r61.html

dans la SOciété de l'information)[2442]. Il doit favoriser un développement efficace des infrastructures (équipement, modalités d'accès à Internet, cadre législatif) et des usages des nouvelles technologies. Il vise à simplifier les règles en vigueur sur Internet, restaurer la confiance des usagers et clarifier les responsabilités des différents acteurs de la société de l'information. En outre, ce plan doit créer un climat favorable à la recherche, à l'investissement, à l'innovation, et rendre accessible à l'ensemble des citoyens, les nouvelles technologies et Internet.

C'est dans le cadre de ce plan qu'un soutien à l'industrie française des jeux vidéo est programmé. Le Premier Ministre détaille ses arbitrages en avril 2003 lors de l'inauguration d'une Cité du numérique au Futuroscope de Poitiers. Dix propositions sont formulées[2443]. Les six premières concernent des aides économiques (avances remboursables et exonérations fiscales). Il s'agit notamment de donner accès au « Plan Innovation » qui offre des exonérations fiscales pour les jeunes entreprises innovantes consacrant au moins de 15 % de leurs dépenses à la recherche. Outre la création de quatre «fonds d'investissement de proximité» régionaux dans des préproductions ou l'aménagement de certains fonds pour les ouvrir aux jeux vidéo, Libération note que la principale annonce prend la forme d'une :

« attribution de 4 millions d'euros, au sein du Fonds d'aide à l'édition multimédia, doté de 6 millions. Une enveloppe qui permettra de financer vingt préproductions à hauteur de 200 000 euros chacune. L'aide prendra la forme d'une avance remboursable, comme au cinéma, en cas de succès du projet. »[2444]

Les quatre derniers propositions concernent la création de commissions mixtes chargées d'étudier l'adaptation de statuts sociaux à l'industrie des jeux vidéo et la définition d'un statut juridique spécifique aux jeux vidéo, la création d'une école nationale des média interactifs[2445], et enfin la création d'un festival européen de la Création Vidéoludique.

[2442] http://www.internet.gouv.fr/archives/rubrique090c-59325.html
[2443] http://www.internet.gouv.fr/archives/article5ab9-64471.html
[2444] Mauriac (Laurent), « *Actualités* : *économie* : un coup de pouce pour les jeux vidéo » dans *Libération.fr*, 21 avril 2003, http://www.liberation.fr/economie/0101471524-un-coup-de-pouce-pour-le-jeu-video
[2445] Nous en avons parlé dans la partie dédiée à la formation des créateurs de jeux vidéo. Voir p. 199.

Cette intervention de l'Etat est consécutif a la crise que connaît l'industrie française de jeu vidéo depuis le début des années 2000, suite à l'éclatement de la bulle financière lié notamment au développement d'Internet. Elle vient répondre au grand besoin de financement de l'industrie française du jeu vidéo[2446]. Cependant, il semble qu'un an après les prises de décisions, les initiatives tardent à se concrétiser[2447].

Deuxièmement, les actions de l'Etat pour soutenir les jeux vidéo prennent la forme de décision et de législation pour lutter contre le piratage. Nous en avons déjà discuté lorsque nous avons abordé le paragraphe dédié à ce sujet[2448]. Rappelons en ce qui concerne la législation, que deux lois sur le droit d'auteur sont votées durant notre période d'étude. Une nouvelle fois, il ne s'agit pas d'initiatives spécifiques aux jeux vidéo, mais les entreprises du secteur peuvent s'y rapporter. En outre, nous avons vu aussi que les services de police sont susceptibles de participer à la lutte contre le piratage.

Enfin troisièmement, le parrainage et l'attribution de récompenses professionnelles par des organismes publiques sont deux éléments qui sont aussi un moyen pour l'Etat d'appuyer l'industrie. Pour le premier, les parrainages, il s'agit principalement d'un soutien à des concours ou à des festivals de création de logiciels[2449]. En ce qui concerne le second, nous en avons un exemple en 1989 avec les Nefs d'or, où deux entreprises du jeu vidéo, Titus et Loriciels obtiennent une distinction créée par la chambre de commerce et d'industrie de Paris[2450]. Ce type de

[2446] Ajoutons que les entreprises cherchent aussi à obtenir des financements, en profitant des aides à la production multimédia ou culturelle. Ces démarches peuvent influencer la nature des jeux produits, notamment en incitant les entreprises à développer les aspects pédagogiques. En outre, cette volonté d'obtenir ce type d'aides pousse certains acteurs de l'industrie à revendiquer le jeu vidéo comme un art (et à encourager cette reconnaissance et cette adoption).
[2447] Seb, « Ubisoft sévère avec la France » dans *Overgame.com*, 27 mai 2004.
[2448] Voir p. 340.
[2449] En 1985, l'agence Octet lance un concours de création de logiciels dont les 10 meilleurs projets voient la moitié du coût de leur réalisation et d'édition pris en charge par le Ministère de la Culture et le Ministère pour le redéploiement industriel et du commerce extérieur. Il est aussi prévu des bourses pour les 10 projets suivants. De même, en 1992, le Ministère de l'Education Nationale parraine le Festival européen des jeunes auteurs de programmes et de produits informatiques. Voir : « *Tam tam soft* : à vos claviers » dans *Tilt*, n° 19, mars 1985, p. 16 col. 4 ; Mauve (Dogue, de), « *Tilt journal* : en bref : *soft* qui peut » dans *Tilt*, n° 107, novembre 1992, p. 158 col. 1.
[2450] Ces récompenses distinguent l'initiative, les performances et les mérites des entreprises les plus dynamiques de la région parisienne (Paris, Hauts-de-Seine, Seine-Saint-Denis et Val-de-Marne). Cette année-là, elles sont remises par François Daubin, ministre délégué auprès du ministre de l'industrie et de l'aménagement du

soutien nous apparaît comme une façon pour les pouvoirs publics de reconnaître (et de montrer) le savoir-faire français dans le domaine informatique et « vidéoludique ».

L'Etat étudie les jeux vidéo

Le dernier point se rapporte à la volonté de l'Etat de connaître l'industrie des jeux vidéo en France, ses acteurs, ses nécessités, ainsi que ses forces et ses faiblesses. L'analyse de ce secteur prend la forme de rapports dédiés spécifiquement à ce domaine, mais néanmoins, les jeux vidéo peuvent aussi être analysés dans des études sur des secteurs annexes comme l'informatique, les nouvelles technologies, le multimédia ou le jouet. Les premiers travaux apparaissent au milieu des années 1990, comme par exemple un rapport sur l'industrie du multimédia en France de la commission d'étude sur le multimédia créée en septembre 1994 par Jacques Toubon, ministre de la Culture et de la Francophonie[2451]. Cependant, nous pensons surtout à un rapport du Centre français du commerce extérieur sur le marché du jeu vidéo en France[2452]. C'est une étude qui adopte un point de vue global puisqu'elle s'intéresse à l'ensemble de l'industrie. Selon nous, le but est surtout de présenter cet univers ludique aux dirigeants politiques qui ne le connaissent pas pour la plupart, ou tout du moins, pas très bien (ils en ont qu'une vague idée).

Au début des années 2000, avec les politiques de développement du numérique, les jeux vidéo sont intégrés aux industries du numérique. De cette manière, ils font l'objet d'études qui se montrent plus précises et qui peuvent se concentrer sur des points particuliers comme la création française. Nous en relevons deux. La première est une étude intitulée « La création de jeux vidéo en France en 2001 »[2453] qui explique le fonctionnement de l'industrie des jeux vidéo. Il s'agit d'un état des lieux de l'industrie française et du marché hexagonal, et elle est donc axée sur les questions économiques et juridiques. Toutefois, elle ne fait pas réellement de proposition.

---

territoire, chargé du commerce et de l'artisanat. « *Tilt journal* : Nefs d'or 89, un franc succès pour la micro-informatique française !» dans *Tilt*, n° 67, juin 1989, p. 23 col. 2.

[2451] « *Culture* : La France rattrape son retard dans le domaine du multimédia » dans *Libération*, 21 avril 1995, http://www.liberation.fr/culture/0101137916-la-france-rattrape-son-retard-dans-le-domaine-du-multimedia

[2452] Sarron (Catherine, sous la direction de), *Jeux vidéo*, Paris, Centre français du commerce extérieur, direction des industries et services, Les éditions du CFCE, mai 1994, 77 p. (coll. «Savoir-faire français»*)*

[2453] « *La création de jeux vidéo en France en 200 »* dans *Développement culturel*, *Bulletin du département des études et de la prospective*, n° 139, juillet 2002, 12 p.

La seconde analyse est réalisée par Fabrice Fries, et elle a pour titre « Propositions pour développer l'industrie du jeu vidéo en France ». C'est un rapport qui vise à identifier les problèmes de l'industrie française du jeu vidéo, et à faire des propositions pour y remédier. Il est intéressant de noter comment l'auteur considère les jeux vidéo. Il note :

« le jeu vidéo est devenu une industrie finalement assez banale, qui ressemble à ses cousines du cinéma et de la musique : inflation des budgets, économie de hits, importance du marketing et de la distribution, consolidation des acteurs, etc. »[2454]

Le but accordé à une aide aux jeux vidéo est le suivant :

« Dans ce contexte, l'objectif d'un politique de soutien à cette industrie peut s'énoncer simplement : il s'agit que les studios installés en France, qu'ils soient français ou non, puissent développer des jeux à gros budget, pour le compte des plus grands éditeurs internationaux »[2455].

Cinq propositions sont formulées pour le développement de cette industrie en France[2456] :

1 : mettre en place un fond de production

2 : attirer l'investissement via un crédit d'impôt sur les dépenses de développement réalisées en France

3 : inscrire le jeu vidéo dans les dispositifs existants d'aide à la recherche et à l'innovation

4 : favoriser le financement du coût de fabrication des jeux sur consoles

[2454] Fries (Fabrice), « Propositions pour développer l'industrie du jeu vidéo en France », rapport à l'intention de M. Francis Mer, Ministre de l'économie, des finances et de l'industrie, et de Mme. Nicole Fontaine, Ministre déléguée à l'industrie, 22 décembre 2003, 46 p. ; p. 2.
[2455] *Ibid.*
[2456] *Ibid.* p. 3-4.

5 : impliquer les acteurs de l'industrie dans le débat sur les contrats de projet

Les propositions formulées sont dans la continué de celles faites par Jean-Pierre Raffarin quelques mois plus tôt. Il s'agit d'aider financièrement les studios de développement afin qu'ils puissent mener à bien leur projet. Signalons que la quatrième mesure préconisée est formulée pour financer la redevance demandée par les constructeurs de consoles lorsqu'un développeur veut faire un jeu pour leur système ludique. En ce qui concerne la cinquième mesure, c'est un point qui vise à discuter d'une possible adaptation du droit du travail pour répondre aux spécificités du développement d'un jeu vidéo, mais aussi à l'impossibilité du secteur de recourir à des intermittents du spectacle. Il s'agit d'une proposition pour embaucher des salariés uniquement pour un projet donné et dans un cadre juridique différents (moins contraignant du point de vue des professionnels) que le CDD ou le CDI.

Conclusion : une industrie qui entre dans les préoccupations de l'Etat

Dans le domaine des jeux vidéo, nous pouvons voir que l'Etat se préoccupe de ce nouveau secteur dès le début des années 1980. Toutefois, les questions liées aux jeux vidéo deviennent inévitables avec le développement des politiques en faveur du numérique à la fin des années 1990, mais aussi avec l'organisation du secteur. En effet, les professionnels rassemblés en syndicat vont être un moteur dans la prise de conscience des politiques de l'existence d'une industrie vidéoludique. Ils vont notamment attirer leur attention sur les problèmes du secteur et réclamer des aides et des facilités financières. Ainsi, nous pouvons voir que les vraies premières mesures pour le jeu vidéo sont prises au début des années 2000.

L'Etat se montre assez volontariste en matière de jeux vidéo. Il est désireux de connaître ces nouveaux jeux, et les enjeux de cette nouvelle industrie de loisir. Son action est à la fois directe et indirecte, et elle touche aussi bien les professionnels que les consommateurs (avertissement contre l'épilepsie). Lorsqu'on regarde les commanditaires des études ou les ministres concernés, nous remarquons qu'ils sont attachés à deux secteurs essentiellement, à savoir le domaine culturel avec le ministère de la culture, et l'économie et le commerce, et le ministère de l'économie, ou celui de l'industrie.

Cependant, les différentes dispositions prises ne répondent qu'à une situation urgente liée à la mauvaise santé du segment de la création du jeu vidéo en France. C'est un commencement qui se poursuit après la période que nous étudions. Les jeux vidéo intègrent différents mécanismes de financement, et notamment en 2007 l'industrie obtient un crédit d'impôt en faveur de la production de logiciel ludique[2457], ainsi qu'un Fond d'Aide au Jeu Vidéo (FAJV). Toutefois, il faut souligner que certaines propositions faites au début des années 2000 ne sont toujours pas tranchées en 2012. Par exemple, c'est le cas de la question du statut juridique des jeux vidéo qui a fait l'objet d'un rapport en 2011 du député Patrice Martin-Lalande[2458].

[2457] Il s'agit d'un crédit d'impôt de 20 % des dépenses éligibles dans la limite de 3 millions d'euros par exercice. Pour être éligible, le projet doit avoir un coût de développement supérieur ou égal à 150 000 € et le jeu doit être destiné à une commercialisation effective auprès du public. Il ne doit pas comporter de séquences à caractère pornographique ou de très grande violence, susceptibles de nuire gravement à l'épanouissement physique, mental ou moral des utilisateurs. Les jeux éligibles sont sélectionnés sur la base de critères culturels et d'originalité, ainsi que sur le degré de participation de collaborateurs de création européens. Les étrangers, autres que les ressortissants européens, ayant la qualité de résidents français sont assimilés aux citoyens français. http://www.industrie.gouv.fr/portail/pratique/credit-impot-jeux-video.php

[2458] Martin-Lalande (Patrice), *Mission parlementaire sur le régime juridique du jeu vidéo en droit d'auteur*, Assemblée Nationale, 30 mai – 30 novembre 2011, 59 p. http://www.culturecommunication.gouv.fr/content/download/20922/178414/file/111221-Rapport_statut juridique jeu vidéo_P Martin Lalande_dec2011.pdf

b) Problèmes et manquements des politiques françaises pour les jeux vidéo

Dans le paragraphe précédent, nous avons pu présenter les différentes actions entreprises par les pouvoirs publics qui touchent le monde des jeux vidéo. Ces dernières sont peu nombreuses à ne vraiment concerner que cette industrie et surtout elles sont mises en place principalement au début des années 2000. Au final, durant la période que nous étudions, l'Etat joue un rôle plutôt modeste dans la destinée de l'industrie française des jeux vidéo.

Des jeux mal connus des politiques

Pour expliquer cette tendance, nous pouvons tout d'abord évoquer les considérations et la vision du personnel politique à propos des jeux vidéo. Hormis les indignations médiatiques liées aux sujets sur les dangers de la pratique (violence, maladie), la classe politique ne s'intéresse guère à ce nouveau loisir[2459]. Il n'y a aucune observation ou avis sur le côté financier et industriel du secteur, ainsi que sur son potentiel culturel et ludique[2460]. L'opinion personnelle des politiques sur les jeux vidéo est assez limitée. Globalement, ils affichent de vagues connaissances dans ce domaine.

Nous en avons un exemple avec des interviews réalisées par le mensuel *Player One* avec certains des candidats à l'élection présidentielle de 1995 (Robert Hue, Lionel Jospin, Edouard Balladur et Philippe de Villiers).

Illustration 4.10: Interview des candidats à l'élection présidentielle de 1995[2461]

[2459] L'une des seules personnalités politiques qui se démarque des autres, durant la période que nous étudions, est Jack Lang. Faisant preuve d'une certaine ouverture d'esprit à ce propos, il semble s'intéresser au sujet, et surtout il paraît soutenir le secteur, en raison de son action au ministère de la culture, au début des années 1980. Il gagne ainsi une réputation d'homme politique plutôt favorable aux jeux vidéo, qui comprend leurs enjeux industriels et culturels, mais aussi perçoit leurs bénéfices pour les joueurs, notamment en termes de socialisation. Il nous apparaît aussi comme un relais des industriels, et une personnalité que l'on invite pour appuyer les arguments en faveur des jeux vidéo (par exemple, *Player One* réalise une interview avec lui à deux reprises). Néanmoins, ce n'est pas un politique qui spontanément vient défendre ou appuyer les jeux vidéo. Voir : Inoshiro, « *Stop Info* : Jack Lang : le jeu vidéo n'est pas pervers » dans *Player One*, n° 28, février 1993, p. 8 et 9 ; « *Les plus belles interviews de Mahalia* : Jack Lang, culturellement correct » dans *Player One*, n° 67, septembre 1996, p. 36.

[2460] D'ailleurs, la classe dirigeante n'est presque jamais questionnée sur ces thèmes lorsque le sujet de l'interview concerne les jeux vidéo.

[2461] « *Stop Info* : politiques et jeux vidéo » dans *Player One*, n° 52, p. 12 et 13.

Que pensez-vous des jeux vidéo ?

Édouard Balladur : Ces dernières années, la percée des jeux vidéo a été fulgurante. Des entreprises comme Sega ou Nintendo ont atteint une dimension mondiale. C'est une évolution qui doit nous faire réfléchir. (...)

Robert Hue : Les jeux vidéo sont les jeux de notre temps ! Aussi, je trouve bien leur développement. Je remarque en plus que de plus en plus de jeux n'ayant pas pour objet la guerre existent. (...)

Lionel Jospin : Les jeux vidéo sont entrés depuis déjà de nombreuses années dans l'univers des jeunes. (...) Personnellement, je dois avouer que je n'en suis pas un grand utilisateur. Mais ils me semblent souvent assez amusants. (...) Je formulerai cependant deux réserves sur ce type de jeux : beaucoup paraissent un peu répétitifs et trop développent des scénarios très violents et trop guerriers. (...) Ces jeux contribuent certainement au développement de l'imaginaire de leurs utilisateurs. Mais ils doivent rester une distraction parmi d'autres. Il serait dommage qu'ils remplacent toutes les autres. Je souhaite donc que les jeunes n'en abusent pas trop. (...)

Philippe de Villiers : Les jeux vidéo sont les jouets d'aujourd'hui. Il faut seulement éviter d'en abuser.

Selon vous, quel rôle jouent-ils pour la jeunesse ?

E.B. : J'ai vraiment le sentiment que le jeu vidéo est un nouvel espace de liberté pour les jeunes. (...) C'est aussi la conquête de mondes imaginaires que les jeunes se sont appropriés et auxquels les adultes accèdent peu ou pas. (...)

R.H. : Ils jouent incontestablement un rôle important puisque les jeunes y consacrent beaucoup de temps et beaucoup de leurs économies. (...) Je ne suis pas pour diaboliser leur influence sur la jeunesse, même si je crois important de dire qu'ils ne peuvent constituer à eux seuls les loisirs des jeunes. (...)

P. de V. : Les jeux vidéo, comme tous les jeux, jouent un rôle aussi bien éducatif que ludique. Ils préparent les enfants à l'utilisation des micro-ordinateurs, du CD-Rom et, naturellement, de tous les nouveaux médias que l'on englobe dans ce que l'on appelle les autoroutes de l'information.

On sait que l'industrie de l'interactivité sera l'un des principaux vecteurs d'emploi des années à venir. Quel futur voyez-vous pour les industriels français dans ce secteur ?

E.B. : Un futur prometteur et créateur d'emplois si l'on poursuit résolument la démarche de cet appel à propositions.

La France dispose d'atouts exceptionnels à l'aube de cette nouvelle ère de l'information. (...) Le Minitel constitue une avance et une expérience unique au monde.
La place éminente prise par la société Infogrames dans le domaine des jeux vidéo illustre parfaitement la capacité des acteurs français à créer les emplois de la société de l'information.

L.J. : (...) C'est en s'intéressant au contenu par des mesures réglementaires et financières appropriées, que les pouvoirs publics pourront le mieux aider au développement des industries françaises de ce secteur et leur donner toutes les chances d'être présentes dans un marché qui sera en grande partie mondial.

D’après ces extraits, nous pouvons constater que les discours se révèlent bénéfiques[2462]. Les candidats semblent prendre la mesure du succès de ces jeux auprès de la jeunesse, mais aussi de leur importance du point de vue culturel et industriel. Toutefois, nous pouvons ressentir une sorte d’effet de génération car les jeux vidéo sont vus uniquement comme des jeux ou des jouets pour les jeunes. De cette manière, il y a une appréhension par rapport aux thématiques guerrières, mais aussi au temps excessif que les joueurs peuvent passer devant ces jeux. De plus, il y a un certain détachement par rapport à cette pratique, comme si elle ne pouvait pas les concerner.

Cependant, il est surprenant de constater que quel que soit le bord politique des candidats, les opinions exprimées vont toutes plus ou moins dans le même sens. Finalement, il n’y a aucune distinction de fond entre eux sur la question des jeux vidéo, et plus généralement sur celles des nouvelles technologies. Tous comprennent et reconnaissent l’encrage des jeux vidéo dans la société française.

Notons que nous n’avons pas trouvé d’interviews similaires lors des élections présidentielles de 2002 et de 2007.

Une méconnaissance qui influe sur la perception du secteur

Globalement, il y a un manque de culture dans le domaine du jeu vidéo, voire des technologies, des politiques, ce qui peut influer sur la perception du secteur, sur les décisions prises et les politiques mises en place. Alain le Diberder note dans *Libération* en 1995 :

« Le hic, en Europe, c'est peut-être un certain manque de culture de nos dirigeants politiques. Pas de culture tout court, bien sûr, mais de culture pratique de ce dont ils vont parler aujourd'hui. Pour la plupart des membres de nos élites, le micro-ordinateur, c'est ce truc qu'utilisent leurs secrétaires; les jeux vidéo, un des

[2462] Nous pouvons aussi penser que cette bienveillance sur les jeux vidéo est principalement liée au contexte de l’élection présidentielle, et que les candidats cherchent à séduire les jeunes électeurs, en montrant qu’ils sont au fait de leur passion. En outre, ces propos favorables sont peut être aussi accentués par le fait que le magazine publie des extraits de ces interviews. On peut donc se demander s’il n’y a pas des propos beaucoup moins favorables tenus par les politiques et qui n’ont pas été retenus.

attributs de la prédélinquance; le modem, sans doute un tranquillisant ou un des os de la cheville. »[2463]

Toutefois, plus on se rapproche de l'an 2000, et plus les questions liées aux nouvelles technologies, à l'informatique et aux jeux vidéo sont prises en compte. Néanmoins, on peut percevoir une sorte de « creux » entre le début des années 1980 et le début de l'an 2000.

En effet, au début des années 1980, les jeux vidéo connaissent une attention des pouvoirs publics avec l'engouement pour l'informatique, et la volonté des industriels de les voir comme une porte d'entrée vers les ordinateurs. Dans la seconde moitié des années 1980, notamment avec l'arrivée de Jacques Chirac à Matignon en 1986, les aspirations changent, et l'informatique et les nouvelles technologies semblent ne pas être une priorité des politiques. Nous pouvons nous demander si ce n'est pas le résultat d'un certain repli, d'une montée des conservatismes liés aux difficultés économiques. En outre, la méconnaissance de ces secteurs ou le manque d'intérêt personnel pour ces technologies peuvent aussi être la source de ce désintérêt.

C'est à partir de la seconde moitié des années 1990 que les politiques s'intéressent aux nouvelles technologies. C'est lié à une prise de conscience, au niveau européen, de la nécessité d'accompagner le développement de la société de l'information, et les réseaux de communication. Ainsi, l'Etat se tourne vers la démocratisation de l'outil informatique et du CD-ROM. Le rapport réalisé en 1994 sur les jeux vidéo par le Centre français du commerce extérieur est caractéristique de la prééminence accordée à l'ordinateur et à l'informatique[2464]. En effet, le rapport indique que l'avenir est davantage du côté du micro-ordinateur, des lecteurs de CD-ROM, et même de la télévision dite interactive que de celui des consoles, dont il semble prédire la mort prochaine. Implicitement, il met en avant les appareils multimédias par rapport au matériel dédié aux jeux vidéo dont l'origine est japonaise

[2463] Le Diberder (Alain), « *Medias* : *Interactifs* » dans *Libération*, 26 février 1995, http://www.liberation.fr/medias/0101131230-interactifs
[2464] Sarron (Catherine, sous la direction de), *Jeux vidéo*, Centre français du commerce extérieur, direction des industries et services, Les éditions du CFCE, mai 1994, 77 p. ; p. 26 et 58.

(ce qui peut aller dans le sens de certains industriels de l'informatique, qui souhaitent d'obtenir des subventions de l'Etat).

Il est intéressant de constater qu'Internet n'est pas encore vraiment concerné par cette nouvelle ouverture vers l'informatique. Il y a même une certaine méfiance là aussi par rapport à ce réseau. En 1996, *Libération* réagit vivement à une réflexion de Jacques Chirac :

« La France, de son côté, a d'emblée accueilli l'Internet de la manière la plus française qui soit. Méfiante d'abord, vis-à-vis d'une révolution venue d'Amérique. Jacques Chirac lui-même, qui croyait récemment encourager les énergies créatrices, a laissé remonter le refoulé francophone en parlant du «réseau anglo-saxon Internet». Il y a, dans la formule, pire que de l'ignorance: il y entre de l'inconscience. L'Internet n'est pas plus «anglo-saxon», par nature, que ne le serait la poste internationale si elle transportait de la littérature ou du courrier majoritairement anglophones. Dans la bévue présidentielle, il entre un peu de la vieille résignation de la vache qui n'a jamais envisagé de pouvoir un jour monter dans le train qui passe. »[2465]

Nous pouvons également ajouter la réplique de François Fillon, utilisateur d'Internet en 1995 qui déclare en réponse à la question de savoir si Internet est un phénomène de mode :

« Ça ne l'a jamais été. Ce n'est pas non plus le sentiment de mes collègues européens. Aucun ne m'a dit: «Internet, ça n'a aucun intérêt, c'est déjà du passé», comme on l'entend parfois en France. »[2466]

Globalement, l'émergence d'Internet est perçue par les élites de la même façon que les jeux vidéo. Il y a de la méfiance pour ce réseau, dont l'origine est étrangère, et dont l'utilisation est vue comme un phénomène passager. Le jeu vidéo possède

[2465] Briancon (Pierre), « *Débats* : *tribune* : La France regarde passer l'Internet » dans *Libération*, 23 septembre 1996, http://www.liberation.fr/tribune/0101190642-la-france-regarde-passer-l-internet
[2466] Mauriac (Laurent), Vachez (Luc), « *Ecrans* : *Interview*. François Fillon, ministre. «Internet existe, la France doit être dessus » dans *Libération*, 3 novembre 1995, http://www.liberation.fr/ecrans/0101159819-interview-francois-fillon-ministre-internet-existe-la-france-doit-etre-dessus

aussi l'handicap d'être vu comme un domaine d'amusement et donc qui n'est pas sérieux. Nous pouvons y voir l'opposition entre la valeur travail et le divertissement. Pour la pédagogue Chantal Barthélemy-Ruiz :

« nous souffrons d'un gros blocage, par rapport aux pays anglo-saxons notamment. Notre pays est au coeur de la civilisation judéo-chrétienne. Notre credo à nous, c'est: «Tu gagneras ton pain à la sueur de ton front.» A l'époque de Montesquieu, il fallait être noble ou pouvoir s'honorer du titre de joueur. Aujourd'hui, nous croyons tous en une même valeur: le travail. Personne ne se vantera d'être joueur. En France, on a tout de même fini par assimiler que le jeu est une activité normale pour les enfants. Jusqu'à un certain âge, jouer est même encouragé. Et pas seulement à des jeux éducatifs, mais à des jeux libres qui divertissent, qui donnent uniquement du plaisir. A l'âge adulte, c'est terminé. Le jeu n'est pas considéré comme l'une des activités normales de la vie. »[2467]

Elle précise :

« La justification est un phénomène typique de notre pays. On va dire: je joue à ça mais ça m'aide à décharger mon énergie, à recharger mes batteries. On a du mal à admettre qu'on peut jouer uniquement pour se détendre. Un Anglais, en revanche, sera capable de jouer à un jeu imbécile sans culpabiliser. Les Britanniques ont cette culture du non-sens. Ils portent un regard moins négatif sur la notion d'inutilité. Ça peut être vu au contraire comme quelque chose de chic. »[2468]

La plupart des politiques s'inscrivent dans cette logique où le jeu ne va pas « de soi » et où il est réservé à une certaine catégorie de la population (en l'occurrence les jeunes). De cette manière, l'Etat se place plutôt à « l'arrière garde » en ce qui concerne les jeux vidéo. Il ne prend pas la mesure de l'importance de ce secteur technologique, de son côté innovant, et de l'avenir qu'il représente (toujours en termes culturels et économiques). De même, il n'encourage pas l'intégration des

[2467] Coroller (Catherine), « *Vous* : On n'admet pas de jouer pour le plaisir. La pédagogue Chantal Barthélemy-Ruiz analyse le boom des jeux vidéo éducatifs. » dans *Libération.fr*, 26 décembre 1997, http://www.liberation.fr/vous/0101232492-on-n-admet-pas-de-jouer-pour-le-plaisir-la-pedagogue-chantal-barthelemy-ruiz-analyse-le-boom-des-jeux-video-educatifs
[2468] *Ibid.*

entreprises ludiques dans les technopoles (par exemple celui d'Antibes), ou bien encore les synergies entre jeux vidéo et d'autres secteurs de l'informatique, et de la création numérique comme par exemple les images de synthèse. Ainsi, il n'accompagne pas vraiment le développement de l'industrie française, qui garde plus longtemps une image artisanale, avec des entités de petites tailles, contrairement à ce qui se passe aux Etats-Unis et au Japon. Si ce n'est pas forcement un désavantage, cela devient en revanche un handicap au tournant des années 2000, avec l'arrivée de la nouvelle génération de machines ludiques, qui requièrent des investissements plus importants au niveau des développements, ainsi qu'en raison de la crise économique consécutive à l'éclatement de la bulle Internet, qui vient freiner (en France) les possibilités de financement.

Toutefois, il faut remarquer que les professionnels du secteur mettent un certain temps à s'organiser et à faire connaître leurs revendications aux politiques. Nous pouvons l'expliquer par l'état de développement de l'industrie du jeu vidéo en France, mais aussi par certaines considérations des éditeurs. *Libération* note en 2002, à propos du financement d'un fonds d'aide à la création et de la taxe sur les supports numériques vierges :

« Pas très juste, en effet, mais jusqu'à présent, les éditeurs n'avaient guère manifesté leur intérêt pour cette manne. Et pour cause. A l'époque où l'argent entrait à flots, ils n'en voulaient pas. Se battre pour partager le gâteau signifiait la reconnaissance des créateurs et des développeurs en tant qu'auteurs. Et qui dit auteurs, dit droits d'auteurs. Or, jusqu'à cette crise profonde, les éditeurs entendaient surtout conserver l'intégralité du pouvoir. »[2469]

Au début des années 2000, les politiques prennent véritablement la mesure du jeu vidéo. D'abord, les professionnels se sont constitués en syndicat et face aux difficultés économiques, ils n'hésitent plus à demander l'intervention des politiques. En 2002, ils se réunissent en états généraux ou ils formulent essentiellement quatre propositions : la reconnaissance du jeu vidéo comme un vecteur de propagation de la création française, comme peuvent l'être le cinéma ou la musique ; la création d'un

[2469] Icher (Bruno), «*Actualité* : *économie* : le SOS de l'industrie française du jeu vidéo » dans *Libération.fr*, 19 octobre 2002, http://www.liberation.fr/economie/0101428419-le-sos-de-l-industrie-francaise-du-jeu-video

statut juridique particulier pour les concepteurs d'œuvre numérique interactive ; la création d'un mécanisme qui favorise le financement de la production de jeux vidéo, et enfin la création d'un pole de croissance européen de la création numérique[2470].

Ensuite, l'attention de l'Etat peut être lié au développement dans la société française, et plus généralement en Europe et dans le monde, des nouvelles technologies, de l'informatique et d'Internet. On peut donc supposer que ces questions sont mieux connues, et elles peuvent apparaître comme des questions de société qu'il faut savoir traiter. De plus, certains politiques peuvent être plus au fait que d'autres sur ces sujets. Par exemple, la réponse favorable de Jean-Pierre Raffarin à l'appel des professionnels du jeu vidéo en 2002 n'est peut-être pas un hasard. En effet, le Premier Ministre est originaire et il est politiquement ancré dans le département de la Vienne. Or, ce département accueille le Futuroscope, un parc à thème dont les attractions sont basées sur le multimédia et des techniques cinématographiques, audiovisuelles et robotiques innovantes.

Conclusion : des politiques de plus en plus sensibilisés aux jeux vidéo

L'Etat français est sensibilisé dès la fin des années 1970 au développement de l'informatique dans toutes les sphères de la société, notamment avec le rapport Nora-Minc[2471]. Cependant, son action dans les nouvelles technologies demeure dans l'ensemble plutôt restreinte, et les jeux vidéo que l'on peut inclure dans les divertissements culturels et numériques ne font pas exception. Ils sont même doublement frappés par la méfiance des politiques et d'une partie de la société, envers les technologies de l'informatique, et un loisir qui séduit la jeunesse.

Les différents gouvernements ne jouent pas de grand rôle dans le développement de l'industrie française. Toutefois, il faut remarquer que ce n'est pas une particularité française, puisque l'Europe connaît la même situation, exception faite du Royaume-Uni. Néanmoins, la fin de la période que nous étudions préfigure le

[2470] Trazom, « *Tendance* : état d'urgence » dans *Joypad*, n° 125, décembre 2002, p. 3.
[2471] Ce rapport est rédigé par Simon Nora et Alain Minc, et il est publié en décembre 1977. Il traite de l'informatisation de la société, et il met en exergue le concept de télématique (dont il invente le terme), mais aussi il dessine les contours du Minitel (on peut même dire qu'il entrevoit l'utilisation d'Internet). http://www.ina.fr/sciences-et-techniques/nouvelles-technologies/video/CAA7800628501/informatique-rapport-nora.fr.html

début d'un changement, et la prise en considération des jeux vidéo au niveau de l'Etat. Nous avons vu que les gouvernements accordent des aides économiques pour le développement du secteur. Durant la période qui suit celle que nous étudions, on assiste à la poursuite de ce type de politique. Toutefois, il faut noter que le domaine culturel est de plus en plus mis en avant. Différentes expositions sont ainsi faites autour des jeux vidéo, et notamment *Game story* au Grand Palais à Paris en 2011 qui a bénéficié du concours du ministère de la culture. A cette occasion, le ministre de la culture Frédéric Mitterrand s'enthousiasme pour ce loisir. Il considère notamment que :

« C'est un domaine d'inventivité et de création extraordinaire. C'est aussi un domaine économique qui a une importance de plus en plus grande, et dont il ne faut pas négliger l'aspect esthétique. Il assure des emplois et se transmet. Il faut donc protéger à la fois les emplois et cette transmission culturelle en accompagnant le secteur et les créateurs. Il faut encourager l'aspect esthétique, visible dans la beauté du dessin et du design. C'est par ailleurs un média qui a déjà une histoire, il a donc un patrimoine qu'il faut mettre en valeur, afin qu'on puisse le consulter. D'où l'intérêt de l'exposition « Game Story » au Grand Palais et de créer une institution qui présente l'univers du jeu vidéo […] On franchit une étape. On ne laisse plus le jeu vidéo aux seules lois du marché. Je n'ai rien contre mais on lui ajoute une dimension supplémentaire, un supplément d'âme qui ne lui était pas suffisamment reconnu. »[2472]

D'autres politiques se montrent leur relative connaissance des jeux vidéo ou des nouvelles technologies. Par exemple, François Fillon, alors Premier Ministre est interviewé en 2009 sur son penchant pour les technologies[2473], Nadine Morano, secrétaire d'Etat à la famille fustige la violence des jeux vidéo, mais elle est, dans le même temps, photographiée avec ses enfants autour d'une console et du jeu *GTA IV*

[2472] Métreau (Joël), « *Culture* : Frédéric Mitterrand : «Créer une institution qui présente l'univers du jeu vidéo» dans *20minutes.fr*, 10 novembre 2011, http://www.20minutes.fr/article/820702/frederic-mitterrand-creer-institution-presente-univers-jeu-video

[2473] Ferran (Benjamin), « *Info* : *High-Tech et Web* : Fillon est-il un «vrai geek» ? dans *Lefigaro.fr*, 10 juillet 2009, http://www.lefigaro.fr/hightech/2009/06/18/01007-20090618ARTFIG00523-fillon-est-il-un-vrai-geek-.php

qu'elle a pourtant décriée[2474]. Enfin, lors de la campagne présidentielle de 2012, François Hollande déclare à une télévision (déclaration reprise par l'ensemble de la presse spécialisée) :

« Oh moi j'ai surtout fait FIFA avec mes enfants ! Voilà, ma carrière s'est arrêtée à FIFA ! J'ai joué beaucoup, oui. Et puis après j'ai été obligé de cesser parce que mes enfants sont devenus grands et ils jouaient moins (...) Oh et puis il y avait des jeux de guerre, mais je préfère que ce soit des jeux que la guerre... »[2475]

Ces exemples montrent que les hommes et les femmes politiques sont de plus en plus sensibilisés par les professionnels ou dans le cadre de leur vie privée aux jeux vidéo. Surtout, ils n'hésitent pas à afficher leur connaissance ou leur intérêt pour ce secteur. D'une certaine façon, cela vient entériner l'enracinement des jeux vidéo dans la société française, mais aussi leur mutation comme un secteur culturel, et non plus seulement comme des jeux réservés à la jeunesse.

[2474] Mauriac (Laurent), « *A débattre* : Morano dit pourquoi elle pratique le jeu vidéo violent en famille » dans *Rue89.com*, 2 octobre 2009, http://www.rue89.com/2009/10/02/morano-dit-pourquoi-elle-pratique-le-jeu-video-violent-en-famille

[2475] JulienC, « François Hollande : les jeux vidéo préférés du Président » dans *Gamblog.fr*, 14 mai 2012, http://www.gameblog.fr/news/28905-francois-hollande-les-jeux-video-preferes-du-president

Conclusion générale

Ce travail de recherche nous a amené à nous intéresser aux jeux vidéo qui sont des divertissements apparus au début des années 1970, et qui se sont imposés dans la société en moins de trente ans. Ils ont réussi à dépasser le simple phénomène de mode pour s'établir durablement et créer tout une dynamique sociale et économique. A travers ce sujet, nous avons pu également étudier les loisirs, les pratiques culturelles mais aussi la progression des nouvelles technologies (informatique, Internet, téléphonie mobile, DVD) dans la société. L'enracinement des jeux vidéo est lié et connecté à ce développement. Ils sont dérivés de l'informatique, et ils intègrent un mouvement qui voit les ordinateurs, et plus généralement les écrans, devenir des outils incontournables du quotidien des Français, aussi bien dans un cadre de travail que dans celui des loisirs. Nous avons analysé les jeux vidéo et leur univers en nous intéressant à leur industrie, aux joueurs et enfin à leur relation avec la société.

L'industrie des jeux vidéo

Dans notre chapitre consacré à l'industrie, nous nous sommes concentré sur les jeux vidéo « en eux-mêmes » afin de les présenter, de les caractériser et d'examiner le secteur économique qui en découle. Nous avons vu que ces jeux se composent de deux segments avec d'un côté le matériel et de l'autre les logiciels. En ce qui concerne le matériel ludique, il existe essentiellement trois grands types de machine qui sont utilisés par les joueurs. Les bornes d'arcade qui sont liées à la salle d'arcade. Il s'agit d'un système conçu pour un espace public dont le succès est important jusqu'aux années 1990. De plus, l'arcade représente jusqu'à l'ère des consoles 32 bits une certaine vitrine technologique. Toutefois, à la fin de la période étudiée, c'est un segment qui cesse de concerner une majorité des joueurs pour toucher un public « de niche ». Les bornes d'arcade sont supplantées par les systèmes domestiques que sont les consoles et les ordinateurs. Avec ces deux machines, les jeux vidéo entrent dans les foyers, et nous pensons qu'elles participent, de cette manière, à familiariser les individus aux nouvelles technologies. La console est le système qui s'avère le moins discriminant et le plus accessible en

raison de son coût moins prohibitif que celui d'un ordinateur. Dédiée entièrement et uniquement aux jeux vidéo, la console est pour nous la principale machine ludique de la période que nous étudions. Ce secteur des jeux vidéo se caractérise par la domination des entreprises japonaises (Sega, Sony, Nintendo), et dans une moindre mesure des entreprises américaines. Ce point découle de la maîtrise technique du Japon et des Etats-Unis dans l'électronique, dans les industries liées aux composants informatiques et aux semi-conducteurs. Enfin, pour l'ordinateur, les jeux vidéo représentent une activité parmi d'autres. Toutefois, jusqu'à l'émergence d'Internet, ils sont l'un des seuls programmes utilisés par les particuliers, mais aussi des logiciels qui démontrent les capacités de cette machine. Notons que les jeux vidéo sont un moteur dans l'évolution des caractéristiques techniques des ordinateurs, et notamment du point de vue graphique.

L'étude des machines ludiques montre les évolutions des systèmes informatiques et notamment ceux dédiés aux loisirs et au public. Globalement, on remarque qu'elles ne cessent de se développer et de prendre de la puissance. Elles évoluent avec leur temps, en adoptant les nouvelles technologies disponibles comme le CD, puis le DVD, Internet. On note aussi une certaine convergence vers le multimédia avec la lecture de film, l'écoute de musique, la navigation sur Internet (hors jeux en ligne), et un rapprochement des architectures techniques des consoles avec l'ordinateur de type *PC*.

Pour ce qui est des logiciels, nous pouvons dire qu'il n'existe pas un seul jeu vidéo mais des jeux vidéo qui se repartissent en plusieurs genres qui peuvent être inédits (jeux de plateforme, de stratégie en temps réel, jeu de tir à la première personne) ou des adaptions de jeux de société, de jeux de rôle ou de sport. Les thèmes abordés dans ces jeux sont, par contre, presque toujours dérivés du cinéma ou influencés par la littérature d'*heroic fantasy* ou de science fiction. De plus, les jeux vidéo ont une tendance à se concentrer sur le divertissement et à utiliser hors de leur contexte certains thèmes comme l'histoire ou la guerre. En matière de création, nous constatons que les créateurs se concentrent sur l'image qui revêt une certaine importance pour les joueurs.

Enfin, le secteur économique des jeux vidéo connaît un développement quasi continu sur l'ensemble de la période étudiée. Il s'agit d'une industrie mondialisée qui touche aussi bien les sociétés occidentales qu'orientales. Si les jeux vidéo sont nés aux Etats-Unis et représentent une partie de la culture américaine, ils sont aussi fortement influencés par les Japonais qui dominent le secteur des consoles. De même, les meilleures ventes sont identiques, à peu de chose près, sur l'ensemble des marchés.

Les joueurs

Notre chapitre sur les joueurs nous a amené à étudier les différentes catégories d'utilisateur des jeux vidéo. Nous avons constaté que le cœur de cible de ces jeux était les enfants et surtout les adolescents. Cependant, à la faveur de l'enracinement de la pratique dans la société et par un effet de génération, le public a tendance à vieillir au fur et à mesure de la période étudiée, ce qui fait que ce loisir touche, au début des années 2000, aussi une majorité de jeunes adultes. Les goûts des joueurs français se portent vers les jeux d'action et de sport, et plus généralement vers les jeux dont le maniement est « immédiat ». Néanmoins, nous avons vu qu'il y a une montée et une demande pour les jeux de rôle et d'aventure.

Avec les joueurs, nous avons abordé deux éléments annexes qui participent à faire vivre leur passion. Tout d'abord, la presse spécialisée. Cette dernière cimente la communauté des joueurs passionnés, et elle est leur principale source d'information lorsque ceux-ci veulent se documenter ou se renseigner sur l'univers vidéoludique. Globalement, c'est une presse pour adolescent qui est vouée à l'actualité et aux tests des jeux. Ensuite, les manifestations et les salons dédiés à ce loisir. Les plus importants pour l'industrie sont organisés aux Etats-Unis et au Japon. Ils intéressent les joueurs parce qu'ils présentent généralement les dernières nouveautés et ils sont le siège des grandes annonces du secteur. En France, les salons revêtent un caractère plus confidentiel, et peut-être plus centré sur les joueurs. Toutefois, nous avons vu qu'aucun ne s'impose dans la période étudiée.

Les jeux vidéo et la société

Enfin, le chapitre dédié aux relations entre les jeux vidéo et la société nous a permis d'analyser les interactions entre ce nouveau domaine des loisirs et la société française, et les réactions qu'ils suscitent. Dans un premier temps, nous avons vu que les jeux vidéo sont à la base d'une culture qui s'inspire des autres arts comme la musique, le cinéma, la bande dessinée mais qui devient aussi source d'inspiration pour des artistes. L'histoire des jeux vidéo est également un élément important de cette culture issue du numérique. En outre, nous avons vu que la perception de la société évoluait avec le temps et qu'elle n'était pas figée. De ce fait, les jeux vidéo sont vus comme des jouets, des programmes liés à l'ordinateur et un domaine susceptible d'être une première étape vers l'informatique ou bien encore un média à part entière. Dans un second temps, nous avons exploré les différentes oppositions rencontrées par ce secteur. Elles se concentrent sur la violence, la dépendance, et les problèmes de santé qu'ils peuvent causer. Ces reproches ne sont pas propres aux jeux vidéo car ils concernent aussi d'autres domaines, et notamment les dessins animés japonais, les jeux de rôle ou Internet. Nous pensons également que le problème avec les jeux vidéo et Internet se situe au niveau de l'interactivité. C'est parce qu'ils offrent la possibilité à leur utilisateur d'être actif devant leur écran que cela entraîne une certaine méfiance. En effet, l'interactivité représente un élément nouveau pour la société de la fin du 20^{e} siècle, provenant des nouvelles technologies informatiques, qui rompt avec les habitudes et notamment avec la télévision ou le cinéma.

Dans un troisième temps, nous nous sommes concentré sur les aspects politiques des jeux vidéo. Ces derniers ne sont pas réellement idéologiques même s'ils ont la capacité à refléter les idéologies dominantes, notamment la vision américaine du monde. Du point de vue des politiques, nous avons vu qu'ils devenaient attentifs à ce secteur au début des années 2000. Outre l'enracinement de la pratique dans la société qui peut attirer leur attention, ils sont sollicités par les industriels qui se sont organisés professionnellement. La proximité avec l'an 2000 joue également dans l'intérêt pour les nouvelles technologies. Les dispositifs mis en place sont surtout financiers, et ils apportent un soutien à la production française de logiciels ludiques.

Une société française numérique

Par rapport aux différentes problématiques soulevées par notre sujet, l'étude des jeux vidéo nous a montré que ce nouveau type de loisir s'insérait dans un cadre général dans lequel la société française bascule dans un monde globalisé, de communication et d'information et de consommation débridée.

L'époque étudiée se révèle être une période d'acclimatation de la société et des Français aux nouvelles technologies. Dès les années 1970, la propagation de l'informatique et des réseaux est une chose qui est jugée comme inéluctable. Il faut souligner qu'au début des années 1980 et à la fin des années 1990, la société exprime un certain enthousiasme pour les nouvelles technologies, l'informatique, les robots, qui sont pour elle des signes annonciateurs du futur. Elle veut croire en un futur meilleur qui sera possible grâce aux technologies numériques perçues comme synonyme de progrès.

Les jeux vidéo participent à ce développement mais nous les voyons bien plus comme une étape de transition entre une culture audiovisuelle basée essentiellement sur la télévision et une culture numérique fondée sur l'informatique et Internet. Ils sont entre ces deux types de culture et ils s'en nourrissent. Parfois, ils sont précurseurs des changements et un élément qui permet d'habituer le public aux nouvelles techniques, tandis que, dans d'autre cas, ils ne font que suivre les tendances (Internet par exemple).

Les jeux vidéo sont représentatifs de cette société numérique qui se met progressivement en place. Les cultures numériques qui s'instaurent transposent ce qui existe déjà dans des mondes virtuels, et elles dématérialisent les produits culturels. Elles naissent dans un monde en crise (économie, chômage, forte concurrence), et elles érigent comme principales valeurs le divertissement, le loisir et la culture. Les pratiques culturelles évoluent, mutent au contact avec les univers virtuels, et surtout elles ont tendance à se développer. Au début des années 2000, une majorité des Français sortent, écoutent de la musique, ont accès aux livres, pratiquent une activité en amateur, et ils ont un choix de plus en plus large de divertissements liés aux écrans (télévision, DVD, jeux).

Nous pouvons également nous rendre compte que ces grandes évolutions sont portées par les jeunes. C'est surtout vrai dans le cadre des jeux vidéo ou d'Internet où la jeunesse est la première à s'emparer de ces nouveautés. Notre période d'étude voit le passage entre les générations de « beatnik », de hippies et les enfants de la télévision, à celle des enfants du numérique. Par rapport aux décennies précédentes, nous pouvons remarquer que cette jeunesse de la fin du XX^{e} siècle ne porte pas de revendication. Elle adhère aux nouveaux mondes qui se présentent à elle, et elle accepte notamment les règles commerciales proposées par les industriels de la culture. En outre, elle s'empare de différents courants culturels pour façonner sa propre culture. Si la culture américaine est omniprésente dans leur musique, leur film, leur livre, nous avons pu voir une montée des cultures asiatiques, et particulièrement de la culture japonaise.

Les jeux vidéo et la société française dans la première décennie des années 2000

La première décennie des années 2000 est une période qui ne possède pas de grandes différences avec celle que nous avons étudié. Il y a une poursuite de l'enracinement des nouvelles technologies dans la société et une utilisation de plus en plus croissante d'Internet dans la vie quotidienne.

Au niveau des jeux vidéo, la nouvelle génération de console évolue vers des machines qui se rapprochent de l'ordinateur *PC*, mais aussi des machines multimédias voués à tous les loisirs issus des écrans. Elles disposent d'un disque dur, elles peuvent aller sur Internet, ainsi que lire des films sur support DVD ou des fichiers numériques. Cette nouvelle génération est représentée par la *Wii* de Nintendo, la *Playstation 3* de Sony et la *Xbox 360* de Microsoft. Cependant, deux grands changements sont à mettre en avant. Le premier, c'est la montée des dispositifs portables. En ce qui concerne les consoles, il s'agit de la *Nintendo DS* qui possède la particularité d'avoir deux écrans dont un tactile, et de la *Playstation Portable* (alias *PSP*) qui est orientée vers le multimédia. Au Japon, ces consoles dépassent en terme de vente les consoles dites de salons. En outre, la *DS* élargit encore plus le public des jeux. C'est aussi et surtout le développement et le succès des jeux sur téléphone portable intelligent (les fameux « *smartphone* »). Le second changement, c'est la fin de la domination des entreprises japonaises dans la

conception des logiciels ludiques. Les jeux japonais cessent d'être des références, notamment au niveau technique. Les Occidentaux sont à l'origine des jeux références de cette nouvelle génération, aussi bien techniquement que du point de vue des mises en scènes ou de la narration.

Cette nouvelle période est synonyme de jeux vidéo pour tous car il n'a jamais été aussi simple de s'adonner à ce loisir. Outre les jeux pour les consoles ou pour l'ordinateur, il faut mentionner le développement des jeux sur Internet, puis ceux sur les réseaux sociaux. En ce qui concerne le coût de cette pratique, si les prix des jeux sur console se révèlent être élevés (70 euros pour un jeu neuf), en revanche les joueurs peuvent les trouver rapidement pour un coût moindre grâce au marché de l'occasion. Sans compter Internet qui permet l'achat sur des sites étrangers dont les prix sont généralement inférieurs à ceux pratiqués en France. En ce qui concerne les jeux sur Internet, les réseaux sociaux ou sur les téléphones portables, ils sont soit gratuit soit ils sont très peu onéreux (maximum une dizaine d'euro).

Nous pouvons aussi constater une progression des jeux vidéo dans la société. Il y a une certaine reconnaissance du secteur et de la culture issue des jeux vidéo, notamment lors d'expositions dans des musées qui retracent leur histoire. C'est aussi certains artistes qui reprennent les graphismes des premiers jeux ou qui composent des musiques comme celles des jeux datant des années 1980. En outre, les politiques sont aussi de plus en plus sensibilisés à ces univers, soit dans un cadre culturel soit d'un point de vue industriel (besoin de financement, d'aides de l'Etat). On peut constater qu'il y a une synergie (culturelle et industrielle) qui se met progressivement en place, dans la société, autour des jeux vidéo.

Pour le numérique en général, la progression se poursuit et la société intègre de plus en plus Internet à son quotidien. L'équipement en ordinateur se développe, avec celui des téléphones portables intelligents, puis des tablettes numériques. Sans compter d'autres secteurs comme la musique avec les baladeurs ou la photographie. Cependant, nous pouvons voir que le numérique est un élément qui pousse vers toujours plus de communication, de publicité et de soumission de l'individu face aux entreprises. Les industries culturelles imposent un modèle de développement venant des ordinateurs où les produits évoluent très rapidement et deviennent obsolètes

quelques mois après leur mise sur le marché. Par exemple, c'est le cas des téléphones portables ou des télévisions à écran plat dont les gammes d'appareil se renouvellent chaque année. De même, les entreprises tentent de changer la nature d'Internet. Ce réseau est à l'origine un réseau de communication, de partage et d'échange. Or, il y a une volonté d'en faire un réseau presque exclusivement commercial (monétisation des données personnelles des utilisateurs, ciblage des publicités selon les habitudes de navigation). En outre, avec la disparition des supports physiques, on remarque un désir des industriels de s'approprier le numérique en proposant aux utilisateurs une location illimitée et non plus une jouissance totale et exclusive des fichiers acquis. Nous pouvons le voir à travers les diverses protections sur les fichiers numériques, le développement des comptes utilisateurs et des abonnements (lorsque l'abonnement se termine, les fichiers ne sont plus utilisables) ou bien encore des restrictions d'utilisation et notamment par rapport à l'échange (nous pensons au livre numérique).

Du point de vue de l'individu, c'est une période qui consacre une culture du numérique, mais aussi une jeunesse qui a toujours connu l'ordinateur, la télévision, Internet ou les consoles de jeux. Les nouvelles générations se détachent de plus en plus des supports physiques, développent un esprit de gratuité, et elles ont une exigence de personnalisation qui prend la forme d'une consommation « à la carte » ou d'une fabrication de son propre programme culturel. Il y a une attente d'une liberté et d'une souplesse par rapport au lieu et au moment de consommer ou de pratiquer, sans compter une certaine abolition des frontières (on consomme une série américaine ou japonaise quelques heures après sa diffusion aux Etats-Unis ou au Japon). Ces enfants du numérique sont aussi de plus en plus renseignés vis-à-vis des produits proposés et de la technologie notamment grâce aux forums de discussion. En outre, on note l'émergence d'une culture d'Internet qui utilise aussi bien les images que le son et surtout qui est globalisé à l'ensemble du réseau (comme par exemple le phénomène des « même » ou des « lolcats »).

Enfin, du point de vue de la recherche historique, nous avons déjà dit que ce sujet représentait un thème inédit et avant-gardiste. Ce travail s'insère dans les recherches liées à la société française, aux loisirs et aux pratiques culturelles, et au développement des nouvelles technologies. Nous pensons aussi qu'il est une sorte

d’introduction à la connaissance de l’histoire des jeux vidéo en France. Nous avons la conviction qu’il ouvre la voie à d’autres études sur ces jeux numériques. Les perspectives de recherche sont nombreuses et il reste de nouvelles pistes à explorer et surtout de nouveaux documents à découvrir.

Bibliographie

Sources

Matériel (boite, notices, divers)

Consoles

Salon

Sega master system (version européenne)

NES (version française)

Super famicom (version japonaise / américaine / européenne)

Megadrive (version japonaise / européenne)

Néo Géo (version européenne)

Playstation (version japonaise / européenne)

Sega Saturn (version japonaise / européenne)

Nintendo 64 (version américaine / européenne)

Dreamcast (version japonaise / européenne)

Playstation 2 (version japonaise / européenne)

Portables

Game Boy (version européenne)

Game Gear (version européenne)

Lynx (1 et 2) (version européenne)

Game Boy Advance (version européenne)

Game Boy Advance SP (version européenne)

Logiciels ludiques

Sega master system

Alex kidd in shinobi world (version européenne)

Alien syndrome (version européenne)

Collums (version européenne)

Cyborg hunter (version européenne)

Fantasy zone 3 (version européenne)

Golden axe warrior (version européenne)

Hang on (version européenne)

Kung fu kid (version européenne)

Mickey Mousse : castle of illusion (version européenne)

Miracle Warriors: Seal of the Dark Lord (version européenne)

Phantasy star (version européenne)

Pro wrestling (version européenne)

Psycho fox (version européenne)

Rastan (version européenne)

Shanghai (version européenne)

Sonic (version européenne)

Thunder blade (version européenne)

Wonderboy (version européenne)

Wonderboy in monster land (version européenne)

Wonderboy 3 : the dragon’s trap (version européenne)

World soccer (version européenne)

NES

Dragon ball (version européenne)

Kid ikarus (version européenne)

Mario bros (version européenne)

Mario bros 2 (japonais) (version européenne)

Mario bros 2 (usa) (version européenne)

Mario bros 3 (version européenne)

Megaman 2 (version européenne)

Saint Seiya (les chevaliers du zodiaque : version européenne)

Tecmo world wrestling (version européenne)

The legend of Zelda (version européenne)

WWF wretlemania challenge (version européenne)

Zelda 2 : the adventure of Link (version européenne)

Super Famicom/Nintendo

Best of the best (version américaine)

Chrono trigger (version japonaise)

Donkey kong country (version européenne)

Dragon ball Z (version japonaise)

Dragon ball Z 2 (version japonaise)

Dragon ball Z 3 (version japonaise)

F1 roc (version américaine)

Fifa soccer 94 (version européenne)

Final Fantasy IV (version américaine)

Final Fantasy V (version japonaise)

Final Fantasy VI (version japonaise)

Jimmy Connors pro tennis tour (version européenne)

Mario paint (version européenne)

Mickey's magical quest (version japonaise)

Paladin's quest (version américaine)

Pop n twinbee (version japonaise)

Ranma ½ (version japonaise)

SD gundam (version japonaise)

Secret of mana (Seiken Densetsu 2) (version japonaise)

Sim city (version américaine)

Super probotector (Contra IV) (version européenne)

Star fox (version européenne)

Street Fighter 2 (version américaine)

Street Fighter 2 turbo (version japonaise)

Super ghost 'n ghost (version européenne)

Super Mario Word (version européenne)

Super Mario kart (version européenne)

Super soccer (version européenne)

Taekwondo (version japonaise)

Zelda 3 (version américaine)

Playstation

Beyond the beyond (version japonaise)

Bio Hazard/resident evil (version japonaise)

Bio Hazard 2 / resident evil 2 (version japonaise)

Bio Hazard 3 / resident evil 3 (version japonaise)

Chrono cross (version japonaise)

Dance Dance Révolution (version japonaise)

Einhander (version japonaise)

Final Fantasy VII (version japonaise)

Final Fantasy VIII (version japonaise)

Final Fantasy IX (version japonaise)

Final Fantasy Tactic (version japonaise)

Grand turismo (version japonaise)

Justice gakkuen/ rival school (version japonaise)

Legend of mana (version japonaise)

Métal Gear Solid (version japonaise)

Medal of honnor (version européenne)

Parasite eve (version japonaise)

Ridge racer (version japonaise)

Soul edge (version japonaise)

Street Fighter Ex plus alpha (version japonaise)

Tales of destiny (version japonaise)

Tekken (version japonaise)

Tekken 2 (version japonaise)

Tenchu (version japonaise)

Tobal n° 1 (version japonaise)

Vagrant story (version japonaise)

Valkyrie profile (version japonaise)

Wipe out (version européenne)

Xenogear (version japonaise)

Saturn

Giant gram (version japonaise)

Night (version japonaise)

Sakura taisen (version japonaise)

Sakura taisen 2 (version japonaise)

Super robot taisen F final (version japonaise)

V soccer 98 (titre a confirmer) (version japonaise)

Nintendo 64

Turock (version américaine)

Wave race (version européenne)

Wrestlemania 2000 (version européenne)

International superstar soccer 64 (version japonaise)

Zelda : ocarina of time (version européenne)

Zelda : majora’s mask (version européenne)

Dreamcast

Bio Hazard : code veronica (version japonaise)

Crazy taxi 2 (version européenne)

Housse of the dead 2 (version japonaise)

Ikaruga (version japonaise)

Jet set radio (version japonaise)

Jojo’s bizarre aventure (version japonaise)

Phantasy star online 2 (version japonaise)

Sakura taisen 3 (version japonaise)

Sakura taisen 4 (version japonaise)

Segagagaga (version japonaise)

Sega smash pack vol 1 (version américaine)

Sega smash pack vol 2 (version américaine)

Shenmue (version japonaise)

Shenmue 2 (version japonaise)

Soul calibur (version japonaise)

Sonic aventure (version européenne)

Sonic aventure 2 (version japonaise)

Super robot taisen alpha (version japonaise)

Virtua fighter 3 (version japonaise)

Virtua tennis 2 (version japonaise)

Playstation 2

Ace combat 4 (version japonaise)

Beyond good and evil (version européenne)

Capcom vs snk 2 (version japonaise)

Dance Dance Révolution extrême (version japonaise)

Devil may cry (version japonaise)

Devil may cry 2 (version japonaise)

Final Fantasy X (version japonaise)

Ghost recon (version européenne)

Guilty gear XX (version japonaise)

Gundam : fédération vs zion (version japonaise)

GTA vice city (version européenne)

Jojo’s bizarre aventure (version japonaise)

Medal of honnor : soleil levant (version européenne)

Metal gear solid 2 (version japonaise)

Onimusha (version japonaise)

Onimusha 2 (version japonaise)

Shin sangoku muso 3 (version japonaise)

Socom : U.S navy seals (version européenne)

Splinter cell (version européenne)

Super robot taisen impact (version japonaise)

Super robot taisen alpha 2 (version japonaise)

Tale of destiny 2 (version japonaise)

The bouncer (version japonaise)

Versailles II (version européenne)

Winning eleven 6 (version japonaise)

Xenosaga (version japonaise)

Game Boy

Gargoyle ‘ s quest (version européenne)

Super mario land (version européenne)

Tetris (version européenne)

Game Boy Advance

Castlevania: Circle of the Moon (version japonaise)

Castlevania: Hakuya no Kyousoukyoku / Harmony of Dissonance (version japonaise)

Castlevania: Gyougetsu no Enbukyoku / aria of sorrow (version japonaise)

Final fight (version européenne)

Golden sun (version européenne)

Golden sun 2 (version européenne)

Rockman zéro (version japonaise)

Rockman zéro 2 (version japonaise)

Sega rally championship (version européenne)

Sonic advance (version européenne)

Super robot taisen A (version japonaise)

Tactic ogre (version japonaise)

PC

Age of empire

Age of mythologies

Alone in the dark

America : sur les sentiers de la guerre

American conquest : Fight back !

Celtic kings : Rage of war (le jeu se déroule durant la conquête des Gaules par César)

Celtic kings 2 : the punic war (ou the nemesis of the roman empire)

Civil war : the war

Civilization

Civilization 3

Cléopatre : la reine du Nil

Combat flight simulator 2 : guerre du Pacifique

Combat flight simulator 3 : bataille pour l'Europe

Command and Conquer

Commando 3 : destination Berlin

Counter Strike

Day of the tentacles

Diablo

Diablo 2

Doom

Escape from Monkey island

Flight simulator 2004 : un siècle d'aviation

Flight simulator : hélicoptères

Full Throttle

Half life

Jeanne d'Arc

La bataille d'Angleterre

La guerre de 100 ans

Medal of honnor : débarquement alliés : en formation

Quake

Pax romana

Prisoner of war

Return to castle Wolfenstein

Star wars : knight of the older republic

The secret of Monkey island

Warcraft

Warcraft 2

Warcraft 3

Wolfenstein 3D

Emulation

Arcade

Pong

Atari VCS 2600

E.T

Pac man

Space Invaders

Game Boy

Pocket Monster (pokemon) (version rouge)

Pokemon or/argent

Saint Seiya

Game Boy Advance

Metroid fusion

Pokemon rubis/saphir

NES

Dragon Quest

Dragon Quest II

Dragon Quest III

Final Fantasy

Final Fantasy II

Final Fantasy III

North and South

Saint Seiya 2

Super famicom

Dragon Quest V

Dragon Quest VI

Dictionnaire

Ambrière (Madeleine, sous la direction de), dictionnaire du 19e siècle européen, PUF, Paris, 1997, 1375 p.

Bremond (G.), *La révolution informatique : dictionnaire thématique*, Hatier, Paris, 1982, 319 p.

Dictionnaire de l'informatique : acteurs, concepts, réseaux, Larousse, Paris, 2000, 286 p.

Grenier (Jean-Guy), *Dictionnaire d'informatique et d'Internet : anglais-français*, Maison du dictionnaire, Paris, 2000, 800 p.

Loranger (André), *Dictionnaire biographique et historique de la micro-informatique*, ed. Multimondes, Sainte-Foy, Québec, 2000, 196 p.

Newton (Harry), *Le Newton, nouveau dictionnaire des télécommunications, de l'informatique et de l'Internet*, OEM, Paris, 2000, 846 p.

Ouvrages

Général

Sirinelli (Jean-François, sous la direction de), *La France de 1914 à nos jours*, Paris : PUF, 1993, 488 p.

Addictions

Godard (Philippe), *Accros aux écrans*, Toulouse, Milan, 2011, 46 p. (coll. *C ton monde*)

Hautefeuille (Michel), *Les addictions à Internet: de l'ennui à la dépendance*, Paris, Payot, 2010, 200 p.

Oliveri (Nicolas), *Cyberdépendances : une étude comparative France-Japon*, Paris, l'Harmattan, 2011, 265 p. (coll. *Communication et civilisation*)

Valleur (Marc), Matysiak (Jean-Claude), *Les pathologies de l'excès, drogue, alcool, jeux, sexe : les dérives de nos passions*, Paris, J.-C Lattès, 2006, 263 p.

Valleur (Marc), Matysiak (Jean-Claude), *Sexe, passion et jeux vidéo : les nouvelles formes d'addiction*, Paris, Flammarion, 2003, 282 p.

Culture et société

Cogneau (Denis) et Donnat (Olivier), Les pratiques culturelles des français 1973 1989, Paris, La découverte/La Documentation française, 1990, 285 p.

Donnat (Olivier), *Les Français face à la culture: de l'exclusion à l'éclectisme*, Paris, la Découverte, 1994, 368 p. (coll. *Textes à l'appui. Série Sociologie*)

Donnat (Olivier), Les pratiques culturelles des Français : enquête 1997, Paris, La documentation française, Ministère de la culture et de la communication, département des études et de la prospective, 1998, 359 p.

Donnat (Olivier), « Les pratiques culturelles des Français à l'ère numérique : enquête 2008 » La découverte, Ministère de la culture et de la communication, 2009, 282 p.

Rioux (Jean-Pierre), Sirinelli (Jean-François), *Histoire culturelle de la France. 4 : le temps des masses, le vingtième siècle*, Paris, 1998, Seuil, 403 p.

Rioux (Jean-Pierre), Sirinelli (Jean-François), *La Culture de masse en France de la Belle Époque à nos jours*, Paris : Fayard, 2002, 461 p.

Médias, numérique

Charles (Gilbert), Dyan (Brigitte), *Guide des technologies de l'information*, Paris, Autrement, 1986, 459 p. (coll. *Sciences et Cie*)

Barbier (Frédéric), Bertho Lavenir (Catherine), *Histoire des médias : de Diderot à Internet*, Paris, Colin, 2009, 396 p.

Beau (Franck), *Culture d'Univers : Jeux en réseau, mondes virtuels, le nouvel âge de la société numérique*, Limoges, Fyp, 2007, 359 p. (coll. Innovation)

Jeanneney (Jean-Noël), *Une histoire des médias : des origines à nos jours*, Paris, Seuil, 2001, 394 p.

Jeanneney (Jean-Noël), *Quand Google défie l'Europe : plaidoyer pour un sursaut*, Paris, Mille et une nuits, 2005, 219 p.

Lurçat (Liliane), *A cinq ans, seul avec Goldorak - Le jeune enfant et la télévision*, Paris, Editions Syros, 1981, 130 p. (coll. *Contre-poisons*)

Nayebi (Jean-Charles), *Enfants et adolescents face au numérique : comment les protéger et les éduquer*, Paris, Jacob, 2010, 236 p.

Tisseron (Serge), *Le bonheur dans l'image*, Le Plessis Robinson, Synthélabo, 1996, 137 p. (coll. *Les empêcheurs de penser en rond*)

Tisseron (Serge), *L'enfant au risque du virtuel*, Paris, Dunod, 2006, 188 p. (coll. *Inconscient et culture*)

Japon

Barral (Etienne), *Otaku, les enfants du virtuel*, Paris, J'ai lu, 2001, 318 p.

Koyama-Richard (Brigitte), *La magie des estampes japonaises*, Paris, Hermann, 2003, 208 p.

Koyama-Richard (Brigitte), *L'animation japonaise : du rouleau peint aux Pokémon*, Paris, Flammarion, 2010, 245 p.

Koyama-Richard (Brigitte), *Kodomo-e : l'estampe japonaise et l'univers des enfants*, Paris, Hermann, 2004, 115 p.

Lambourne (lionnel), *Japonisme: échange culturel entre le Japon et l'Occident*, Phaidon, 2006, 240 p. (coll. *Arts décoratifs*)

Gomaresca (Alessandro, sous la direction de), *Poupées, robots : la culture pop japonaise*, Trad. de *La bambola e il robottone : culture pop nel Giappone contemporaneo* par Thierry Maugenest, Paris, Autrement, 2002, 159 p. (coll. *Collection Mutations*)

Jeunesse

Herbreteau (Hubert), *Comprendre les cultures des jeunes : du rap au journal intime*, Paris, les Éd. de l'Atelier : les Éd. ouvrières, 1997, 200 p. (coll*. Les jeunes et dieu. Essais*)

Ministère de la culture et de la communication, Direction de l'administration générale, Département des études et de la prospective (réd. par Sylvie Octobre*), Les loisirs culturels des 6-14 ans*, Paris, la Documentation française : Ministère de la culture et de la communication, Département des études et de la prospective, 2004, 429 p. (coll. *Questions de culture*)

Perrin (Raymond), *Fictions et journaux pour la jeunesse au XXe siècle*, Paris, l'Harmattan, 2009, 552 p.

Thérapeutique

Stora (Michael), *Guérir par le virtuel : une nouvelle approche thérapeutique*, Paris, Presses de la Renaissance, 2005, 215 p.

Jeux vidéo

Général

Atelier BNP Paribas (red. Par Minh-Lan Pham), *Le marché français des jeux vidéo : le marché français des jeux vidéo en pleine effervescence : transition inévitable du off-line au on-line ou statu quo sur les jeux traditionnels ?*, Atelier Services, Paris, 2002, 91 p.

Bell (A.G), *Games playing with computers*, George Allen and Unwin, Londres, 1972.

Bruno (Pierre), *Les jeux vidéo*, Syros, Paris, 1993, 139 p.

Burnham (Van), *Supercade : a visual history of the videogame age 1971-1984*, Cambridge (Mass.) : Mit press, 2001, 439 p.

Cario (Erwan), Le Diberder (Alain), Lanier (Gilles), *L'année du jeu vidéo 2004*, Paris, Calmann-Lévy, 2004, 190 p.

Cassel (Justine), *From Barbie to Mortal Kombat : gender and computer games*, Cambridge (Mass.) : Mit press, 1998, 360 p.

Chambler-Dubosson (Mark), *Comprendre l'impact des jeux vidéo : potentiels + dangers = responsabilités nécessaires*, Lyon, Chronique sociale, 2009, 115 p. (coll. *Comprendre la société : l'essentiel*)

Choquet (David), *1000 game heroes*, Taschen, Paris, 2002, 608 p.

Croitoriu (Michael), Pasamonik (Didier), *Les jeux vidéo expliqués aux parents : un guide complet et clair, histoire du jeu vidéo, réponses aux parents, création de son propre jeu*, Marabout, Paris, 2002, 160 p.

De Lormier (Jacques), Ils jouent au Nintendo…mais apprennent ils quelque chose ?, Les éditions logiques, Montréal, 1991.

Esposito (Nicolas), *Emulation et jeux vidéo*, Micro application, Paris, 2001, 744 p.

Esther-Gabriel (Evelyne), *Que faire avec les jeux vidéo ?*, Hachette éducation, Paris, 1994, 159 p.

Fichez (Elisabeth), Noyer (Jacques), *Construction sociale de l'univers des jeux vidéos*, Université Charles de Gaule - Lille 3, Villeneuve-d'Ascq, 2001, 173 p.

Fries (Fabrice), « Propositions pour développer l'industrie du jeu vidéo en France », rapport à l'intention de M. Francis Mer, Ministre de l'économie, des finances et de l'industrie, et de Mme. Nicole Fontaine, Ministre déléguée à l'industrie, 22 décembre 2003, 46 p.

Gaume (Nicolas), *Citizen Game*, Paris, Carrière, 2006, 405 p.

Genvo (Sébastien), *Introduction aux enjeux artistiques et culturels des jeux vidéo*, l'Harmattan, Paris, 2002, 89 p.

Graillat (Ludovic), De *Tron à Matrix : réflexions sur un cinéma d'un genre nouveau*, acte de colloque des 2,3 et 4 février 2004, cinémathèque de Toulouse, 2006, CRDP Midi-Pyrénées, 220 p.

Guardiola (Emmanuel), *Ecrire pour le jeu*, Dixit, Paris, 2000, 256 p.

Gros (Christian), *Jeux vidéo*, M.A. éditions, Paris, 1983, 229 p.

Hartas (Leo), Morris (Dave), traduit par Radenac (Fabrice),*Game Art : les graphismes des jeux vidéo*, Paris, Pyramid éditions, 2003, 192 p. (coll. « *Bloc-notes publishing* »)

Hayes (Michael), Dinsey (Stuart), *Game war*, Bowardean publishing, 1995.

Henno (Jacques), *Les jeux vidéo*, Le cavalier bleu, Paris, 2002, 126 p.

Herman (Léonard), *Phoenix, the fall and the rise of the videogames*, Rollenta Press, 1997, 312 p.

Herz (J.C.), *Joystick Nation*, Little, Brown and Compagny, 1997, USA, 244 p.

Heudin (Jean-Claude), *Les créatures artificielles : des automates aux mondes virtuels*, Paris, Jacob, 2007, 497 p.

Ichbiah (Daniel), *Bâtisseurs de rêves : enquête sur le nouvel Eldorado des jeux vidéo*, F1rst, Paris, 1997, 430 p.

Ichbiah (Daniel), *La saga des jeux vidéo : enquête sur le nouvel Eldorado des jeux vidéo*, Pocket, Paris, 1998.

Jahn-Sudmann (Andreas), Stockmann (Ralf), *Computer games as a sociocultural phenomenon: games without frontiers, war without tears*, Palgrave Macmillan, 2008, 229 p

Jolivalt (Bernard), *Les jeux vidéo*, PUF, Paris, 1994, 127 p. (coll. « *Que sais je ?*»).

Kahn (Alain), Richard (Olivier), *Les Chroniques de Player One : 20 ans de jeu vidéo et de manga*, Boulogne-Billancourt, Pika Edition, 2010, 299 p.

Kelman (Nic), *Jeux vidéo: l'art du XXIe siècle*, Paris, Assouline, 2005, 319 p.
Kerdellant (Christine), Gresillon (Gabriel), *Les enfants-puces : comment Internet et les jeux vidéo fabriquent les adultes de demain*, Paris, Denoël, 2003, 352 p. (coll. *Impacts*)

King (Geoff), Krzywinska (Tanya), *Screenplay : cinéma, videogames, interfaces*, Wallflower press, New York, 2002, 229 p

Lafrance (J. P-), Marx (Philippe), *La télévision et les Nintendo kids*, Université du Québec, Montréal, 1993.

Lafrance (Jean-Paul), *Les jeux vidéo : à la recherche d'un monde meilleur*, Paris, Lavoisier, 2006, 253 p.

Leborgne (Florence), Michaud (Laurent), Puissochet (Alain*), Les jeux vidéo à l'heure de l'Internet*, IDATE, Montpellier, 2000, 166 p.

Le Diberder (Alain), *Qui a peur des jeux vidéo ?*, la Découverte, Paris, 1993, 224 p. (coll. *Cahiers libres*).

Le Diberder (Alain), *L'univers des jeux vidéo*, la Découverte, Paris, 1998, 274 p. (coll. *Cahiers libres*).

Le Diberder (Alain), « La création de jeux vidéo en France en 2001 » dans Développement culturel, Bulletin du département des études et de la prospective, n° 139, juillet 2002, 12 p.

Lenhard (Gentiane), *Faut-il avoir peur des jeux vidéo ?*, Paris, ESF, 1999, 185 p.
Lucchesi (Laure), *Principaux éditeurs et distributeurs de jeux vidéo aux Etats-Unis*, ed. CFCE, Paris, 2003, 92 p.

Martin-Lalande (Patrice), *Mission parlementaire sur le régime juridique du jeu vidéo en droit d'auteur*, Assemblée Nationale, 30 mai – 30 novembre 2011, 59 p. http://www.culturecommunication.gouv.fr/content/download/20922/178414/file/111221-Rapport_statut juridique jeu vidéo_PMartin Lalande_dec2011.pdf

Morris (Dave), *Game art : le graphisme des jeux vidéo*, Pyramyd NTCV, Paris, 2003, 192 p.

Michaud (Laurent), Mestayer (Thierry), *Jeux vidéo : terminaux, marchés, usages*, IDATE, Montpellier, 2002 , 268 p.

Natkin (Stéphane), *Jeux vidéo et médias du XXIe siècle : Quels modèles pour les nouveaux loisirs numériques ?,* Paris, Vuibert, 2004, 144 p.

Oullion (Jean-Michel), *Les métiers des jeux vidéo*, Paris, L'Etudiant, 2003, 223 p. (coll. *Les guides de L'Étudiant. Métiers & formations*)

Poole (Steven), *Trigger happy : videogames ans the entertainment révolution*, Arcade publ. New York, 2000, 242 p.

Provenzo (Eugène F.), *Vidéo kids : making sense of Nintendo*, Harvard University Press, 1991.

Rheingold (Howard), *La réalité virtuelle*, Dunod, 1993.

Roustan (Mélanie) (sous la direction de), *La pratique des jeux vidéo : réalité ou virtualité ?*, l'Harmattan, Paris, 2003, 224 p. (coll. *Dossiers sciences humaines et sociales*).

Sarron (Catherine, sous la dir. de), *Jeux vidéo*, Centre Français du commerce extérieur, Paris, 1994, 77 p.

Spéranza (René, directeur de la rédaction), *Le guide silicium des micro-ordinateurs anciens 1973-1993*, édition 2007, Toulouse, Silicium Editions, 2006, 360 p.

Spéranza (René, directeur de la rédaction), *Le guide silicium des consoles de jeux vidéo anciennes 1971-2001*, Toulouse, Silicium Editions, 2007, 242 p.

Thomas (Adam), Dyson (Simon), Groner (Chris), *The dynamics of games : a global boom industry*, Informa media group, London, 2002, 276 p.

Trémel (Laurent), *Jeux de rôles, jeux vidéo, multimédia : les faiseurs de monde*, Paris, PUF, 2001, 309 p.

Turkle (Sherry), *The second self : the human spirit*, Simon and Schuster, 1984.

Vogel (Harold L.), *Entertainment industry economics*, Cambridge University Press, 1994.

Virole (Benoît), *Du bon usage du jeu vidéo et autres aventures virtuelles*, Hachette littératures, Paris, 2003, 173 p.

Jeux électroniques

Chazoule (Olivier), *Le guide Marabout des jeux électroniques*, Marabout, Verviers, 1983, 188 p.

Guides, astuces

Graham (Ian), *Comment jouer avec son ordinateur et sa vidéo*, traduction de *Computer games*, Hachette, Paris, 1983, 45 p.

Hirschfeld (Tom), *Les jeux vidéo : comment gagner*, Seuil, Paris, 1983, 190 p.

Lara Croft : les carnets secrets, Albin Michel, Paris, 1999, 128 p.

Lemay (Manuel), *Le top 20 du Nintendo 64*, Outremont, 1999, 159 p.

Logitime, *Manuel d'utilisation de logiciels de jeux vidéo*, Logitime, Bièvres, 1994.

Lovinfosse (Jean-Pierre), *Nintendo : encyclopédie des codes secrets : 200 jeux pour consoles Game Boy, Nes et Super Nes*, Marabout, 1994, 190 p.

Lovinfosse (Jean-Pierre), *Les meilleurs jeux sur micro-ordinateur*, Marabout 1990.

Tavernier (Christian), *Réalisez des jeux sur récepteur T.V.*, Editions techniques et scientifiques françaises, Paris, 1979, 143 p.

West (Neil), Le livre officiel Sega Megadrive : des trucs pour gagner, Solar, Paris, 1993, 112 p.

Informatique

Histoire

Birrien (Jean-Yvon), *Histoire de l'informatique*, PUF, Paris, 1992, 127 p. (coll. Que sais je ?).

Demarne (Pierre), Rouquerol (Max), *Les ordinateurs électroniques*, PUF, Paris, 1959, 128 p. (coll. « *Que sais je ? »*).

Lavington (Simon), *Early British computers : the story of vintage computers and the people who built them*, Manchester University Press, Manchester, 1980, 139 p.

Ligonnière (Robert), *Préhistoire et histoire des ordinateurs : des origines du calcul aux premiers calculateurs électroniques*, Robert Laffont, Paris, 1987, 356 p.

Rouquerol (Max), *Les micro-ordinateurs*, PUF, Paris, 1995, 127 p. (coll. *« Que sais je ? »*).

Wurster (Christian), *Computers : an illustrated history*, Taschen, Berlin, 2002, 336 p.

Piratage

Hart-Davis (Guy*), La cyberpiraterie et ses secrets*, Paris, Eska interactive, 2001, 520 p.

Amiga

Bleek, Dittrich, Gelfand, Jennrich, Schemmel, Schulz, *La bible Amiga*, trad. par Marc Nichanian, Micro application, Paris, 1990, 1109 p.

England (Mark), Lawrence (David), *L'Amiga : fonctionnement et utilisation*, Edimicro, Paris, 1986, 193 p.

Maelger (Stefan), *Les meilleurs jeux Amiga*, trad. de *Die Besten Amiga spielen* par Marc Benedetti, Micro application, Paris, 1990, 216 p.

Nichanian (Marc, trad.), *Amiga : bien débuter,* Micro application, Paris, 1987, 320 p.

Atari

Bruckmann, Englisch, Gerits, *La bible de l'Atari ST*, trad. par Bertrand Blumereau, Micro application, Paris, 1986, 489 p.

Bruckmann, Englisch, Gerits, Walkowiak, *Trucs et astuce pour l'Atari ST*, trad. par Olivier Polette, Micro application, Paris, 1986, 237 p.

Luers, Stein, *Bien débuter avec votre Atari 520 STF et 1040 STF*, trad. par Pascal hausmann, Micro application, Paris, 1986, 245 p.

Maelger (Stefan), *Les meilleurs jeux Atari ST*, trad. de *Die besten Atari ST spielen* par Marc Benedetti, Micro application, Paris, 1990, 164 p.

Oros (Patrick), *La conduite de l'Atari 400-800*, Eyrolles, Paris, 1984, 218 p.

PC

Bertelsons (Boris), *PC interdit : Windows 95 et jeux 3D*, Micro application, Paris, 1995, 944 p.

De Voney (Chris), *Les ordinateurs personnels d'IBM*, trad. de l'anglais par Gérard Fodor, Hachette, Paris, 1984, 303 p.

Gookin (Dan), *Le PC*, First interactive, Paris, 2003, 294 p.

Haas (Josef), *Le livre du 486 et du 486 SX*, trad. par Marc Michanian, Micro application, Paris, 1992, 611 p.

Mueller (Scott), *Le PC : architecture, maintenance et mise à niveau*, trad. par Laurence Chabard, Christine Eberhardt, Brigitte Humbert, Campus Press France, Paris, 2002, 1334 p.

Rougé (Daniel), *Un PC à la maison : un micro chez vous c'est le moment !*, Sybex, Paris, 1996, 206 p.

Thièle (Jeannine), *Au cœur de l'IBM-PC : logique de fonctionnement interne*, Editests, Paris, 1986, 205 p.

Sociétés

Microsoft

Ichbiah (Daniel), *Bill Gates et la saga Microsoft*, Pocket, Paris, 1995, 395 p.

Ichbiah (Daniel), *La grande aventure de Microsoft*, Marabout, Paris, 1993, 316 p.

Ichbiah (Daniel), *Microsoft, les nouveaux magiciens : une histoire du logiciel*, Micro Application, Paris, 1990, 397 p.

Wallace (James), *Bill Gates et le phénomène Microsoft*, trad. de *Bill Gates and the making of the Microsoft empire* par Anne Collas, Dunod, Paris, 1993, 368 p.

Nintendo

Gorges (Florent), *L'histoire de Nintendo : Vol. 3, 1983-2003, la Famicom/Nintendo Entertainment System*, Triel-sur-Seine : Pix'n love, 2011, 226 p.

Nintendo France, *Documents publicitaires*, Cergy-Pontoise, 1984.

Schwartz (Steven), *Au cœur des jeux Nintendo*, Sybex, Paris, 1990, 265 p.

Sheff (David), *Génération Nintendo : comment super Mario a ensorcelé nos enfants*, Trad. de *Game Over* par Gabriel Otman, Bordas, Paris, 1993, 329 p.

Sony

Morita (Akio), *Made in Japan : le management à la japonaise par le grand patron de Sony*, Robert Laffont, Paris, 1986, 324 p.

Jeux et jouets

Centre d'étude du commerce et de la distribution, *Jeux et Jouets*, CECOD, Paris, 1979, 157 p.

Centre français du commerce extérieur, *Le marché du jouet en Grande-Bretagne*, CFCE, Paris, 1985, 222 p.

Cotta (Alain), *La Société ludique: la vie envahie par le jeu*, Paris, Grasset, 1980, 286 p.

DAFSA, *L'industrie européenne des jeux et jouets*, DAFSA, Paris, 1980, 136 p.
Jouetland, *Catalogues*, Jouetland, France, 1987.

Mansour (Sylvie, sous la direction de), *L'enfant et le jeu: les fonctions du jeu, ses limites, ses dérives*, Paris, Syros, 1994, 185 p. (coll. *Enfance et sociétés*).

Mattel France, *Documents publicitaires*, Mattel France, Orly, 1987.

Mehl, (Jean-Michel), *Les jeux au royaume de France du XIIIe au début du XVIe siècle*, Fayard, Paris, 1990.

Rabecq-Maillard (Marie Madeleine), *Histoire des jeux éducatifs*, Nathan, Paris, 1969, 64 p.

Reysset (Pascal), *Les jeux de réflexion pure*, PUF, Paris, 1995, 128 p. (coll. *« Que sais je ? »*)

Toys''r''us, *Catalogues*, Toys''r''us, Lisses, 1989.

Jeux de rôle

Caïra (Olivier), *jeux de rôle : les forges de la fiction*, Paris, CNRS éditions, 2007, 311 p.

Sagot (Gildas), *Jeux de rôle : tout savoir sur les jeux de rôle et les livres dont vous êtes le héros*, Paris, Galimard, 160 p.

Histoire, historiens et informatique

Association for history and computing, *Histoire et informatique : acte du Ve congres History and computing*, Le florilège, Pérols, 1992, 673 p.

Histoire et informatique, *Histoire et informatique : base de données, recherche documentaire multimédia : acte du premier Colloque national de l'Association Histoire et informatique*, Presses Universitaires de Rennes, Rennes, 1995, 262 p.

Minuti (Rolando), *Internet et le métier d'historien : réflexions sur les incertitudes d'une mutation*, trad. de l'italien par Nadia Mansouri, PUF, Paris, 2002, 146 p.

Pinol (Jean-Luc), *Métier d'historien avec un ordinateur*, Nathan, Paris, 1995, 239 p.

Andrieu (Olivier), *Trouver l'information sur Internet*, Eyrolles, Paris, 2000, 426 p.

Presse

Presse généraliste

Quotidiens

Le Figaro

L'Humanité

Le Monde

Les Echos

Libération

Hebdomadaires

L'Express

Le Nouvel Observateur

Le Point

Les Inrockuptibles

Magazines

Science et vie, Numéro HS 102 : Informatique 73, mars 1973

Revues

Archambault (Jean-Pierre), « Une histoire de l'introduction des TIC dans le système éducatif français : 1985, vingt ans après… » dans *Médialog*, n° 54, juin 2005, p. 44 col. 2 et 3, p. 45 col. 1 et 2

« Le jouet » dans *Autrement*, n° 133, novembre 1992

« Les jeux vidéo, un bien culturel ? », *Médiamorphoses*, n° 22, février 2008, 125 p.

« Qui a encore peur des jeux vidéo ? » dans *Médiamorphoses*, n° 3, septembre 2001.

Trémel (Laurent), « Les jeux vidéo : un ensemble à déconstruire, des pratiques à analyser » dans *Revue française de pédagogie*, n°136, Juillet-Août-Septembre 2001.

Presse spécialisée

Animation, bandes dessinées, *manga*

AnimeLand

Les Cahiers de la Bande Dessinée

Phénix

Jeux vidéo

Consoles

Magazines généralistes

Consoles +

Game Fan

Gaming

Jeux Vidéo Magazine

Joypad

Player One

Magazines spécialisés

Banzai

Gameplay RPG

Mega force

Nintendo Player

Playstation (2) magazine

Super power

Supersonic

Magazines étrangers

Edge

Dengenki

Famitsu

V jump

Ordinateur

Généralistes (jeux vidéo)

Génération 4

Hebdogiciel

Joystick

Tilt

Généralistes (logiciels, matériels)

01 Informatique

Le monde Informatique

L’Ordinateur Individuel

Micro achat

Micro hebdo

PC achat

PC expert

PC direct

PC magazine

Science et vie Micro

Magazines spécialisés

Amiga dream

Amstrad Cent pour Cent

ST magazine

Webographie

Dictionnaire et encyclopédie

http://www.abandonware-definition.org/faq.php#1

http://www.dicofr.com/

www.wikipedia.com

www.wikipedia.fr

Général

www.insee.fr

http://www.legifrance.gouv.fr

http://www.ina.fr

www.youtube.com

Addictions

« *Inquiétude des parents devant l'attitude des enfants en prise aux jeux vidéo sur Internet* », acte du colloque Jeux vidéo et Internet. Une nouvelle forme d'addiction chez les adolescents, dans Le Club Européen de la Santé, http://www.hopital-marmottan.fr/publications/Forum_europeen_de_la_sant__Ir_ne.doc

Jeux vidéo et Internet : une nouvelle forme d'addiction chez les adolescents, colloque du 31 mars 2006, http://www.hopital-marmottan.fr/publications/Forum_europeen_de_la_sant__Ir_ne.doc

Culture et société

http://www.pratiquesculturelles.culture.gouv.fr/index.php

Donnat (Olivier), Lévy (Florence), « Approche générationnelle des pratiques culturelles et médiatiques » Ministère de la culture et de la communication, mars 2007, 32 p. http://www.pratiquesculturelles.culture.gouv.fr/doc/Cprospective07_3.pdf

Donnat (Olivier), « Les pratiques culturelles des Français à l'ère numérique, éléments de synthèse 1997 – 2008 », Ministère de la culture et de la communication, mais 2009, 12 p. http://www.pratiquesculturelles.culture.gouv.fr/doc/08synthese.pdf

Donnat (Olivier), « Pratiques culturelles, 1973-2008 : dynamiques générationnelles et pesanteurs sociales », Ministère de la culture et de la communication, juillet 2011, 36 p.
http://www.pratiquesculturelles.culture.gouv.fr/doc/evolution73-08/CE-2011-7.pdf

Médias, numérique

Méon (Jean-Matthieu), « La protection de la jeunesse comme légitimation du contrôle des médias » dans *amnis.revues.org*, 1er septembre 2004, http://amnis.revues.org/720

http://www.electronlibre.info/spip.php?page=article&id_article=1632

Politique informatique et Internet

http://www.ant.developpement-durable.gouv.fr/actions-de-l-etat-en-matiere-d-r61.html

http://archives.internet.gouv.fr/archives/rubrique090c-59325.html

http://archives.internet.gouv.fr/archives/rubriquebfca-59961.html

http://www.culture.gouv.fr/culture/dglf/Soc-inf/internet.html#ancre22152

http://www.ddm.gouv.fr/article.php3?id_article=841

http://ress.revues.org/610

Presse

Presse généraliste

www.20minutes.fr

www.lefigaro.fr

www.lemonde.fr

www.lepoint.fr

http://archives.lesechos.fr

www.liberation.fr

www.rue89.com

« Middle East : Bush tells Iraq 'game is over' » dans *BBC news world edition*, vendredi 7 février 2003,
http://news.bbc.co.uk/2/hi/middle_east/2735077.stm

Presse spécialisée

www.Wired.com

http://www.zdnet.fr

Jeux vidéo

Art

http://www.space-invaders.com/som.html

Astuces

http://www.gamefaqs.com/

Blog / sites amateurs

http://www.gameinsociety.com

http://jeuvideal.com/

http://www.planetjeux.net

http://www.the-uso.com

Commerce

http://www.objectifmicro.org

Compétition

http://www.lacoupedefrance.org

http://www.twingalaxies.com

Conservation

« BNF, la mémoire du jeu vidéo », dans *ITRnews.com*, 10 décembre 2002, http://www.itrnews.com/articles/13961/13961.html

Conseils d'utilisation

http://www.pegi.info/fr/index/id/70

Baudis (Dominique), «Textes juridiques : Recommandations et délibérations du CSA relatives à la protection des mineurs : Recommandation du CSA relative à la

présentation TV de programmes, de jeux, de services ou de sites qui font l'objet de restrictions aux mineurs » dans *csa.fr*, 4 juillet 2006, Paris,
http://www.csa.fr/infos/textes/textes_detail.php?id=118089

Formation/études

http://deptinfo.cnam.fr/Enseignement/DESSJEUX/presentation.pdf

www.enjmin.fr

http://www.journaldunet.com/0106/010629cnam.shtml

http://www.isartdigital.com

http://www.supinfocom.fr

Histoire / rétroludique / émulation

http://classicgaming.gamespy.com

http://cpicchio.free.fr/musee/index.htm

http://histoire.info.online.fr/

http://www.emuunlim.com/doteaters/index.htm

http://www.grospixels.com/site

http://www.mameworld.info

http://www.mo5.com/index.php

http://www.old-computers.com/news/default.asp

http://www.planetemu.net/

http://www.pong-story.com

Presse spécialisée

http://www.abandonware-magazines.org

http://www.edge-online.com

http://www.gamasutra.com

http://www.gameblog.com

http://www.gamekult.com

http://www.gamespot.com

http://uk.ign.com

http://www.jeuxvideo.com

http://www.overgame.com (site indisponible)

Salons et événements

http://www.cesweb.org/aboutces.asp#734

http://www.e3expo.com/splash

http://www.gamecriticsawards.com/index.html

Kent (Steven), « Ten Years of E3 » dans *Gamespy.com*, 15 mai 2005, p. 1. http://uk.gamespy.com/articles/611/611294p1.html

Nieuwbourg (Philippe), « Cols blancs et temps modernes » dans Sicob.tv, 4 mars 2010, http://www.sicob.tv/Documentaire_r1.html

Sociétés

http://www.droit-technologie.org/actuality-550/amende-record-pour-nintendo-qui-a-maintenu-artificiellement-des-prix-e.html

http://www.nintendo-europe.com/NOE/fr/FR/home/index.do

http://www.scei.co.jp/corporate/data/bizdatatitle_e.html

Syndicats/associations/groupes de pression

http://www.afjv.com/

http://www.jiraf.org/index.php (site indisponible)

http://www.journaldunet.com/itws/it_larue.shtml

http://www.sell.fr/

www.snjv.org

http://membres.multimania.fr/ubifree/presse.htm

Systèmes ludiques

http://www.amiga-hardware.com/

http://www.atariage.com/

http://www.atarimuseum.com/

http://www.classicgamecreations.com

http://curiosity.jp/works/en/product/gameboy-advance.html

http://www.dcemulation.com

http://www.dreamcasthistory.com/main.shtml

http://game.watch.free.fr/marques.htm

http://nekofan.free.fr/

http://fr.playstation.com

Ouvrage

http://ichbiah.online.fr/extraits/events/pokemon.htm