

Marina d'AMATO, Università Roma Tre
Thème Numérique et lien social

Nouvelles formes des solidarités : les jeux vidéo

La diffusion de l'ordinateur a mené à l'apparition d'une nouvelle expression ludique, le jeu vidéo, qui constitue actuellement une des activités préférées des enfants et des jeunes pendant leur temps libre. Sur la base du «Rapport préliminaire sur les comportements sociaux et les styles de vie des jeunes» réalisé entre 2002 et 2003 par l'ISS, sur un échantillon de plus de 30.000 jeunes entre 14 et 19 ans, on constate que 26% du temps libre se passe en compagnie de jeux électroniques. Par ailleurs, selon une étude récente Demoskopea¹, les jeux vidéo sont devenus la première forme de dépendance technologique (49%), avant l'ordinateur (44%), la télévision et le téléphone portable (37%).

Ces données confirment l'importance d'étudier de façon systématique le rapport qui se crée avec les logiciels digitaux, devenus, au sein des sociétés modernes, un système important pour jouer et s'amuser.

Nos recherches sur les jeux vidéo, réalisées surtout en Italie, abordent plusieurs aspects typiques de ce jeu interactif: avant tout, le public et ses caractéristiques, ensuite la diffusion des jeux et les modalités d'utilisation, les dépenses familiales et la taille du marché².

¹ Enquête Demoskopea «Videogiochi e sms forme di dipendenza tra i ragazzini italiani» (Jeux vidéo et sms, formes de dépendance des jeunes en Italie). L'échantillon est composé de 13.360 jeunes entre 13 et 18 ans.

² Pour approfondir les contenus, le fonctionnement et le marché des jeux vidéo en Italie, on peut lire Genovesi, Roberto, *L'ABC dei videogiochi*, Roma, Dino Audino, 2006. D'après l'enquête Istat (*I Bambini e il quotidiano*, 2005), au sommet de la classification des jeux préférés des enfants entre 3 et 5 ans, on trouve les jouets plus traditionnels: les poupées pour les fillettes (88,4%) et les petites voitures, les trains et autres pour les garçons (73,5%). Cette tranche d'âge apprécie aussi beaucoup les constructions et les puzzles, le dessin, les jeux de mouvement, la manipulation de matériaux comme la plasticine, bien que l'on relève des divergences de goût: les fillettes préfèrent les crayons et les couleurs plus que les garçons (75,6% contre 67,7%), alors qu'elles sont moins intéressées par les constructions et les puzzles (48,6% contre 62%). En tête de la classification des garçons, on trouve des jeux comme les petites voitures et les trains (73,5%), le dessin (67,7%), les constructions et les puzzles (62%), le ballon (55,2%). Les jeux vidéo se situent à la septième place (25,6%). Les filles aiment surtout les poupées (88,4%), le dessin (75,6%), les figurines (58%). Les jeux vidéo se situent à la 14^e place. Entre 6 et 10 ans, les différences de genres ressortent plus clairement: 70,6% des fillettes continuent à aimer le dessin, tandis que parmi les garçons, ceux qui le préfèrent ne sont plus que 47,5%; 71,6% des garçons aiment jouer au ballon; pour les garçons toujours les jeux vidéo ressortent nettement (65,2%). En ce qui concerne les enfants entre 6 et 10 ans, le classement met par conséquent en première place jouer au ballon (71,6%), avant les jeux vidéo (65,2%) et les figurines (50,3%). L'intérêt des filles porte surtout sur les poupées (71,7%), le dessin (70,6%), les jeux de mouvement (60,4%). Par tradition culturelle, la technologie est un domaine plus masculin, ce qui est manifeste si on examine les activités ludiques des plus petits. Déjà dans la tranche d'âge des 3-5 ans, les garçons qui aiment jouer avec les jeux vidéo et à l'ordinateur sont deux fois et demi plus nombreux que les fillettes (25,6% contre 10,4%). Entre 6 et 10 ans, cette typologie de jeux augmente résolument, touchant 65,2% des garçons et seulement 38,7% des filles. Par rapport à 1998, dans les préférences des enfants, tous les types de jeux ont augmenté, sauf les jeux de mouvement (de 59 à 49,8%). L'augmentation majeure concerne les jeux vidéo, les jeux de table, la plasticine et autres matériaux, construire et réparer, jouer avec les figurines dépasse les 20% d'augmentation dans la préférence; alors que pour les filles, les augmentations les plus élevées concernent la plasticine et autres matériaux (plus de 50%), les jeux vidéo (plus de 30% d'augmentation), les jeux de table, les instruments de musique. Les jeux vidéo restent une prérogative masculine. Déjà dans la tranche d'âge 3-5 ans, les garçons qui jouent le plus souvent avec leur père avec des instruments informatiques sont 23,9% et parmi les 6-10 ans, on atteint 43,6%. Les mamans ne sont concernées par les mêmes jeux que ceux de leurs garçons que dans 10,9% des cas (3-5 ans) et dans 18,6% des cas (6-10 ans). Les fillettes jouent aussi souvent avec leur père aux jeux vidéo, mais les chiffres sont nettement moins élevés que pour les garçons (11% parmi les 3-5 ans et 29,3% parmi les 6-10 ans). En ce qui concerne le premier aspect, celui des joueurs et de leurs caractéristiques, on peut se référer à plusieurs recherches qui ont été présentées en ordre chronologique, pour pouvoir mesurer l'allure du phénomène.

L'enquête Gamevision, réalisée à la veille de la SMAU 2004, parle d'une réelle révolution qui voit croître le pourcentage de femmes et d'adultes qui utilisent, par amusement personnel, les jeux vidéo. Sur un échantillon de 19.550 Italiens (51% de garçons et 49% de filles) entre 10 et 35 ans, il s'avère qu'un homme sur 5 (21,5%) utilise les jeux vidéo tandis que, en ce qui concerne la population féminine, le rapport est de un sur dix (9,8%). En prenant en considération seulement les utilisateurs de jeux vidéo, il s'avère toutefois que trois sur dix sont du sexe féminin (32%), un pourcentage en tout cas en augmentation. Les utilisateurs de sexe masculin, qui sont les plus

Par rapport aux modalités d'utilisation des jeux vidéo, les études se sont concentrées surtout sur la quantité de temps qui leur est consacré. Seules certaines d'entre elles, de type qualitatif, ont étudié les préférences et rédigé une sorte de typologie sur les caractéristiques des interfaces ludiques et les émotions éprouvées pendant le jeu³.

Ce qui rend les jeux vidéo particulièrement attrayants, c'est la possibilité qu'a l'utilisateur de devenir le vrai protagoniste des histoires racontées et d'agir en première personne pour changer le cours des événements. À travers la logique de l'immersion, le joueur se retrouve en effet au sein d'un monde parallèle caractérisé par des règles communes et des lois qui doivent être comprises, interprétées et utilisées selon les objectifs à atteindre. Jouer un rôle signifie surtout pouvoir exister dans un contexte simulé, différent du contexte réel, à travers la projection de son moi au sein de celui du protagoniste. L'être virtuel ne prend vie que si le joueur devient volontairement actif et s'il commence à élaborer des stratégies en temps réel, pour pouvoir porter à terme les missions qui lui sont confiées.

Le personnage peut être plus ou moins défini. Dans les jeux vidéo de rôle par exemple, les protagonistes ont une façon spécifique d'être et des compétences précises qui doivent être exploitées, augmentées et valorisées le plus possible. Si on prend en considération en revanche les MMORPG (Massively Multiplayer On line Role Playing Game) et les communautés virtuelles, on constatera que les utilisateurs, comme l'affirme Sherry Turkle⁴, peuvent adopter de nouvelles personnalités: cela détermine la présence en ligne de personnes qui existent grâce à des identités fictives.

Mais tous les jeux vidéo ne prévoient pas l'activation de ce mécanisme; une minorité d'entre eux en effet n'a pas un héros auquel l'utilisateur peut s'identifier. C'est le cas de certains jeux vidéo stratégiques, de simulation, des jeux arcade, éducatifs et d'action. Dans les jeux vidéo stratégiques par exemple, la présence du personnage ne sert pas toujours parce que l'on sait que le rôle du joueur est celui d'une créature supérieure, capable de créer son environnement et de gérer au mieux les événements; agir, dans ce cas, signifie réfléchir et vérifier l'efficacité des stratégies proposées. Dans les jeux vidéo d'action, en revanche, l'absence du personnage produit une implication plus forte parce qu'elle réduit les distances avec le logiciel. Le sujet agit directement avec l'interface graphique qui ne s'interpose plus entre l'image du personnage, alors qu'avant il fallait inévitablement passer à travers lui.

passionnés pour cette typologie de jeux, ont moins de vingt ans, mais en ne considérant que les joueurs, 55 % d'entre eux, à savoir un sur deux, dépasse cet âge, 35% a plus de vingt-cinq ans; enfin, un joueur sur 5 a plus de trente ans. En ce qui concerne les joueuses, 17% d'entre elles ont un âge compris entre 10 et 15 ans, mais 11% d'entre elles ont entre 25 et 29 ans. Dans le *Rapport Eurispes* 2005 sur la transformation digitale de la famille italienne, il s'avère que ce type de plate-forme est présent de façon presque homogène dans toutes les régions. En particulier, les consoles pour les jeux vidéo sont utilisées dans 25% des familles du centre de l'Italie, dans 21% des familles du nord-ouest et dans 19% des familles du nord-est.

D'après l'enquête DOXA Junior 2004, sur un échantillon de 2.500 jeunes Italiens entre 5 et 13 ans, 56% des jeunes possèdent une console de jeux. En particulier, il y a 56% de garçons qui possèdent cette plate-forme digitale 44% de filles.

³ Selon l'enquête de *Gamevision*, les filles et les garçons ne profitent pas de la même façon des jeux vidéo. En moyenne, le temps qu'y passent les garçons est de 6 heures et demie par semaine, tandis que celui des filles est de 5 heures. Pour confirmer ces données, il est intéressant de se pencher sur l'étude effectuée par la Société italienne de Pédiatrie en 2004, sur les habitudes et les comportements des adolescents entre 12 et 14 ans inscrits à l'école secondaire, qui souligne que 37,7% d'entre eux jouent pendant plus d'une heure par jour, 23,9% pendant moins d'une heure par jour et 26,8% 2 à 3 fois par semaine. 11,3% seulement n'utilisent jamais de jeux vidéo. On apprend aussi par cette recherche que bien jouer avec la Playstation signifie, pour 3,1% des interviewés, être un bon joueur, bien que la plupart d'entre eux (52,9%) ne juge pas cette capacité très importante.

Les émotions éprouvées par les joueurs aux prises avec leur jeu vidéo préférés, selon une enquête menée par le psychologue Guido Carriero en 2002, sont la satisfaction et l'amusement (45%), tandis que 25% des cas relèvent la tension et un très faible pourcentage n'arrive pas à expliquer les émotions les plus fortes ressenties au cours du jeu. Les chercheurs de l'université de Trieste, dirigés par le professeur Francesco Pira, ont tâché de découvrir aussi les caractéristiques qu'un jeu vidéo doit avoir pour plaire aux enfants: il doit avant tout amuser (54,5%), il doit proposer de beaux personnages (36,4%) et de belles couleurs (30,1%). Les héros des jeux vidéo doivent être courageux (48,4%), forts (51,2%), des qualités appréciées surtout par les garçons, et joyeux (44,4%) pour les filles.

On trouve une confirmation de cette tendance dans l'enquête plurielle ISTAT de 1998 «la vie quotidienne des enfants et des jeunes» qui souligne que les jeux vidéo sont choisis par 19,6% des garçons et par 6,7% des filles, un pourcentage qui augmente nettement pour les 6-10 ans, et devient respectivement 60,4% des garçons et 28,8% des filles.

En ce qui concerne la dépense, une étude menée par l'EURES en 2004 sur les patrimoines et les consommations des jeunes à Rome, effectuée sur un échantillon de 1.000 étudiants entre 15 et 18 ans des écoles secondaires, nous apprend que la dépense mensuelle moyenne destinée à l'achat des jeux vidéo n'est que de 5,5 euro.

⁴ Sherry, Turkle, *La vita sullo schermo. Nuove identità e relazioni sociali nell'epoca di internet*, Milano, Apogeo, 1997.

Le type de relation change parce que l'utilisateur peut interagir directement avec le système, sans plus aucune action de liaison.

Le monde des jeux vidéo présente deux caractéristiques principales: la fragmentation des maisons de production et l'évolution constante des produits. L'objectif est de créer un besoin et de susciter la curiosité à l'égard des nouveautés. Les deux canaux les plus utilisés dans ce but sont: les revues spécialisées qui s'occupent aussi d'évaluer les jeux vidéo en leur attribuant des points relatifs à la difficulté du jeu, à leur graphisme et au type d'interaction possible, et internet où, avant même que les nouveaux produits ne sortent, apparaissent des articles et des commentaires publicitaires. Les secteurs qui définissent ce vaste marché sont liés par un rapport d'interdépendance réciproque et concernent la production de consoles de jeux, le développement de jeux vidéo et la distribution des titres mêmes. Les trois sociétés leaders dans le cadre de la production de plates-formes interactives sont Nintendo⁵, Sony⁶ et Microsoft⁷. Il existe des centaines d'éditeurs qui s'occupent du développement des titres digitaux, dont certaines sont grandes et récentes; les plus répandues au niveau international sont Activision, Capcom, Namco, Sierra, Squaresoft et VU Games.

Il y a aussi deux éditeurs italiens: Emthesis et Artematica. En général, on peut affirmer que les jeux vidéo actuellement dans le commerce en Italie ont été créés, dans la plupart des cas, au Japon, au Royaume-Uni, en Amérique et en France. Le marché italien des jeux vidéo est en effet encore fortement influencé par les produits provenant de l'étranger; le seul secteur développé est celui de la distribution.

On peut difficilement établir avec précision le nombre de jeux vidéo actuellement présents en Italie, puisque, en dehors de ceux qui sont distribués par des agences spécialisées, il y a aussi des titres conçus pour être téléchargés d'internet ou qui ne sont utilisables qu'en ligne, ou bien d'autres qui sont contenus dans des boîtes de jeux, récentes ou historiques, que l'on peut acheter chez les marchands de journaux. On les estime en tout cas à plus de 5.000 titres qui sont ensuite adaptés aux différentes consoles de jeux, en modifiant en partie le graphisme, le contenu et les modalités d'interaction⁸.

⁵ La Nintendo Corporation, dont le siège est au Japon, s'occupe de la production de consoles mais aussi de jeux vidéo; elle a été fondée en 1989 par Fusajiro Yamauchi et a lancé le Nintendo 64, le Game Cube et les différentes consoles portables, comme le Game Boy et ses successeurs, pour lesquelles cette société domine encore le marché sans grande concurrence.

⁶ La Sony a été fondée à Tokyo en 1946 par l'ingénieur Masaru Ibuka et le physicien Akio Morita. Elle est actuellement une des multinationales productrices de consoles de jeux vidéo les plus importantes. Elle a lancé la célèbre Playstation.

⁷ La Microsoft Corporation, dont le siège se trouve à Redmond dans l'État de Washington, a été fondée par Bill Gates et s'occupe depuis 2000 aussi de la production de consoles pour jeux vidéo, comme la révolutionnaire X-Box. Les succursales italiennes de Microsoft sont apparues à la fin 1985 et se trouvent actuellement à Rome, Milan et Turin.

⁸ On peut étudier l'offre de jeux vidéo à travers l'analyse des produits distribués en Italie, en soulignant aussi la diffusion des différentes typologies de jeu en relation avec les consoles qui permettent de les télécharger. Nous avons pris en considération onze distributeurs officiels de jeux vidéo (Leader, Halifax, UbiSoft, Atari, Microforum, Microids, Activision, VU Games, EA, Microsoft et KoochMedia), en étudiant donc non seulement les agences qui influencent considérablement le marché de la distribution, mais aussi certaines maisons moins importantes. L'importance d'un distributeur peut être définie en fonction du nombre de produits mis sur le marché et donc des maisons de production qui leur confient leurs titres. Nous avons pris en considération un total de 2.713 titres.

Actuellement, sont commercialisés en Italie des produits conçus pour être utilisés grâce aux plates-formes de jeu suivantes: Personal Computer, PlayStation 1, PlayStation 2, PSP, Game Cube, X-Box, Game Boy Advance, Game Boy Color, Nintendo DS et hybrides, parmi les portables et les consoles comme le Nokia N. Gage.

En Italie les agences les plus influentes sont Halifax, qui distribue 32% des jeux vidéo appartenant à tous les genres et à la plupart des plates-formes de jeux considérées (PC, PS2, PS1, Game Cube, XBOX, GBA, GBC et Nintendo DS) et Leader, avec 17% des produits pour PC, PS2, Game Cube, XBOX, GBA, Nintendo DS et N-Gage. Atari conquiert 10% du marché et les autres distributeurs gèrent la minorité des titres dans le commerce.

On analyse la répartition des typologies de jeux vidéos (appelées 'genres' en jargon). Les titres d'action (23%) et d'aventure (20%) sont certainement ceux qui ont le plus de succès. Les sportifs, les stratégiques et ceux de simulation (11%) se trouvent encore en tête du classement. Les genres les moins répandus sont le MMORPG, les musicaux, les *Shoot them up* et les rétros. Il est intéressant de souligner que le genre tir subjectif, connu surtout pour sa violence, atteint un pourcentage de 5%. Il faut en tout cas toujours considérer qu'un jeu vidéo se répand d'autant plus que ses titres sont nombreux; donc il en suffit d'un distribué à des milliers d'exemplaire et le succès est garanti. En ce qui concerne l'Italie, on n'a pas de chiffres officiels qui illustrent les genres des jeux vidéo les plus vendus. Il est possible en tout cas de considérer ce qui se produit en Amérique, où on essaie de gérer au mieux ce marché particulièrement difficile à circonscrire. Sur la base d'une enquête réalisée par l'ESA (Entertainment Software Association) il s'avère qu'en 2004, les typologies de jeux vidéo les plus achetées aux États-Unis ont été des jeux vidéo d'action (30,1%), de

sport (17,8%), de tir subjectif (9,6%) et éducatifs (9,5%). Par contre, en ce qui concerne le pc, le genre stratégique vole en tête avec 26% des titres vendus.

Nous avons aussi étudié la relation entre distributeur et genre le plus répandu. La typologie relative à l'action est présente, dans un pourcentage plus élevé, chez Halifax, UbiSoft, Atari et Microsoft. Le genre de l'aventure caractérise la plupart des jeux vidéo d'Activision, de VU Games et de KochMedia. Le genre stratégique domine chez Leader et le genre sportif caractérise la plupart des titres de la EA. Les jeux vidéo de simulation dominent le marché de Microids et de KochMedia. Enfin, chez Microforum, les genres éducatifs dominent.

Tableau 1: Rapport entre distributeur et genre le plus diffusé

Distributeur	Genre le plus diffusé	Pourcentage
Leader	Stratégie	23%
Halifax	Action	22%
UbiSoft	Action	33%
Atari	Action	26%
Microforum	Éducatif	37%
Microids	Simulation	26%
Activision	Aventure et sport	25%
VU Games	Aventure	16%
EA	Sport	62%
Microsoft	Action	30%
Kochmedia	Aventure et simulation	37%

Les jeux pour les ordinateurs sont les plus distribués. Seul EA traite surtout des produits pour la Playstation 2. Le marché des consoles portables ou de nouvelle génération n'a pas encore dépassé celui pour pc, en ce qui concerne le nombre de titres, peut-être aussi parce que les produits pour pc coûtent généralement moins cher pour les développeurs par rapport, par exemple, à ceux pour la Playstation 2. En tout cas, produire un jeu vidéo complexe peut demander jusqu'à plusieurs années et coûter très cher. Mais il est important de noter qu'en même temps, d'importants canaux de location comme Blockbuster privilégient des jeux vidéo pour Playstation 2 et X-Box.

Tableau 2: Distributeurs et jeux vidéo, en fonction des consoles de jeux

Distributeur	Plate-forme	Pourcentage
Leader	PC	55%
Halifax	PC	31%
UbiSoft	PC	33%
Atari	PC	41%
Microforum	PC	100%
Microids	PC	39%
Activision	PC	24%
VU Games	PC	35%
EA	Playstation 2	26%
Microsoft	PC	54%
Kochmedia	PC	100%

Les jeux vidéo pour pc sont les plus distribués (41%), suivis de ceux pour Playstation 2 (22%) et ils ont un indice de la diffusion que cette plate-forme de jeux est parvenue à atteindre au fil des ans, depuis son

1. Un peu d'histoire

L'histoire des jeux vidéo commence en 1958, au sein d'un laboratoire de recherche nucléaire près de New York, où le chercheur A. Higinbotham utilisa un ordinateur analogique pour visualiser sur un oscilloscope la trajectoire d'une boule. L'écran était divisé en deux par un filet hypothétique représenté par une simple ligne droite et, avec les commandes du calculateur, les joueurs pouvaient appliquer à la boule l'angle nécessaire et l'effet correct pour l'envoyer dans le champ adverse. «Higinbotham ne comprit pas la valeur intrinsèque de son invention et ne la fit pas breveter»⁹.

En 1962, au MIT (Massachusetts Institute of Technology), un groupe de chercheurs, dont faisait partie Peter Samson, s'amusa en simulant une carte des étoiles au sein d'un PDP-1, un mini-ordinateur de la DEC. Steve Russel constate que ce champ d'étoiles pourrait être un excellent fond pour une simulation d'inertie et de force de gravité, et que cela aurait pu être très utile et amusant – précisément en ce moment où on lançait les premiers satellites et où on commençait à parler d'envoyer les hommes sur la lune – d'écrire une démo sur la façon dont les objets se déplacent dans l'espace: deux navettes spatiales de formes différentes s'affrontent sur l'écran dans le but d'abattre l'adversaire grâce à l'usage d'authentiques missiles. Ils pouvaient se tirer des poisons et naviguer au sein de l'écran, sujets aux mêmes lois physiques que celles que l'on trouve dans le cosmos. Par la suite, Dan Edwards améliora le code qui visualisait les contours des objets, en mettant au point une modalité pour les accélérer de deux ou trois fois, opération qui fournit au logiciel un temps suffisant pour calculer l'effet de la gravité sur les deux navettes spatiales: au centre de l'écran, il y avait une étoile qui attirait à elle les deux navettes spatiales, comme le fait le soleil. C'est ainsi que naquit *Spacewar*, le premier jeu vidéo de l'histoire.

En 1967 apparut *Adventure* pour mainframe. Connu à l'origine comme *Advent* (les noms des files, en ce temps-là, ne pouvaient avoir qu'un maximum de six lettres), «*Adventure* était le père de tous les jeux d'aventure, exactement comme *Spacewar* annonçait les *Shoot them up*»¹⁰. Le but du jeu était d'explorer des cavernes souterraines, de combattre des monstres et de saccager des pièces qui renfermaient de précieux trésors. Dans *Adventure* et ses successeurs, l'amusement se trouvait dans la résolution de casse-têtes et dans le fait de vouloir atteindre un but mystérieux.

Les personnelles computers et les logiciels n'existent pas encore. À cette époque par contre, les jeux vidéo sont très populaires et se colorent. Ils ont littéralement remplacé les flippers des salles de jeux et envahissent les maisons avec les premiers modèles de consoles. «Toute une génération d'enfants et de jeunes découvre l'interactivité homme-écran»¹¹.

En 1971, un ingénieur américain, Nolan Bushnell, teste dans le fast-food d'un de ses amis un nouveau jeu expérimental à jetons. La partie supérieure de la machine est occupée par un téléviseur en noir et blanc et la partie inférieure par une console à deux roues. Quand on allume la télévision, deux lignes blanches apparaissent, disposées sur un champ noir horizontal. Un petit carré blanc représente la balle; les sons métalliques rappellent vaguement ceux d'un match de ping-pong. Cette machine cache

apparition en Italie. Les jeux vidéo pour X-box ont conquis eux aussi une bonne tranche de tout l'échantillon (18 %), tandis que les produits pour Game Boy Advance ne représentent que 9% du total. En pourcentage, sont sans importance les titres pour N. Gage qui ont probablement d'autres canaux de diffusion (internet surtout). La plate-forme Gameboy Color est en revanche en train de disparaître et a cédé la place à la nouvelle version GBA. Les utilisateurs décident donc d'acquérir une nouvelle console de jeux non seulement pour pouvoir bénéficier d'un produit plus sophistiqué et amusant mais aussi parce que le marché lui-même est obligé de le faire, en proposant des titres nouveaux uniquement pour les plates-formes les plus récentes. On peut comprendre donc une des raisons qui contribuent à créer une relation étroite entre développeurs de jeux vidéo et de consoles. Le succès de ces dernières provient aussi du nombre de nouveaux jeux vidéo conçus exclusivement pour l'une ou l'autre typologie de machine digitale.

Il est intéressant enfin d'étudier le rapport entre genre et plate-forme, en approfondissant, en particulier, la typologie de jeux vidéo la plus répandue par rapport aux différentes plates-formes de jeux. En ce qui concerne le pc, les genres de jeux vidéo présents en pourcentages plus élevés sont le jeu stratégique, celui d'aventure et le jeu éducatif. Les typologies liées à l'action et au sport caractérisent en revanche les titres pour Playstation 2 et les titres liés à simulation et aventure sont dominants en ce qui concerne la Playstation 1; les jeux pour PSP sont liés exclusivement au genre de l'action, de l'aventure, aux jeux arcade et de simulation. Pour les plates-formes Game Cube, X-Box et Gameboy Advance, les typologies action et aventure sont les plus présentes dans les catalogues des distributeurs. En ce qui concerne le Gameboy Color, le genre stratégique est le seul présent. Le Nintendo DS propose surtout des jeux vidéo sportifs et l'N-Gage ceux d'action.

⁹ www.xenia.it.

¹⁰ Ibid., p.20.

¹¹ Carlà, F., *Space Invaders : la vera storia dei videogiochi*, Roma, Castelvecchi, 1996, p. 28.

une nouveauté extraordinaire: les deux raquettes se déplacent sur l'écran, en tournant simplement les deux roues, et elles peuvent frapper la balle. «Le jeu vidéo *Pong* devient le premier succès des salles de jeux»¹².

La passion croissante pour le tennis atteint un niveau exceptionnel en 1976, quand General Instruments lança un nouveau semi-conducteur: le circuit intégré AY38500, qui contenait tout un système de jeux vidéo et six types différents de hockey avec les commandes sur un seul chip. «Cet objet en silice, qui coûtait cinq dollars aux producteurs, pouvait être transformé, avec un minimum d'effort, en une console de jeux télévisés en vente chez Toys'R'Us à soixante dollars»¹³. À la fin de l'année, soixante-dix sociétés produisaient des variations de *Pong* et les commandes furent tellement nombreuses que le produit ne put être disponible immédiatement pour tous les acheteurs réels. La même année, sortit *Break-Out*, un jeu très compétitif où il faut détruire un mur de briques colorées.

Asteroids, le dernier grand jeu vidéo en noir et blanc, était composé de trois éléments fondamentaux: les météorites qui devaient être frappées en devenant de plus en plus petites jusqu'à disparaître, la grande navette spatiale de l'Empire, facile à toucher et un peu freinée dans ses mouvements, et la petite navette spatiale de l'Empire qui constituait une authentique menace interactive. Un autre jeu vidéo typique de cette période, *Pac Man*, était sorti en 1979 et distribué par Namco.

En un certain sens, *Pac Man* est synonyme de jeu vidéo: il en avait toutes les qualités et les défauts. Ces derniers sont nombreux: quelques images graphiques suffisaient pour représenter un paysage, un labyrinthe, un petit monde simulé, un lieu d'action identifié, un endroit où la lutte et les événements d'interaction avaient lieu (Carlà, 1996). L'interface et la simulation étaient précises et pratiques; l'interaction tout aussi simple: des pillules pointues à avaler par la grande bouche, des fantômes entreprenants en poursuites continues. Au sein du parcours, on pouvait bénéficier de bonus qui permettaient à la balle de devenir super puissante et invulnérable aux fantômes dangereux qui se reproduisaient toutefois en quelques instants. «Dans l'insouciance de cette simulation, comme de tant d'autres, on combat la lutte à la survie: c'est la vie du software et celle de l'homme qui sont en jeu»¹⁴.

Les années quatre-vingt sont marquées par l'arrivée des home computer et des personnelles computers, ainsi que des systèmes Nintendo et Sega. On constate tout de suite que les jeux vidéo sont la raison fondamentale du succès immédiat de ces nouveaux instruments technologiques. Le motif en est simple: qui avait l'habitude de jouer dans les salles de jeux peut le faire maintenant à la maison, en se relaxant avec son jeu vidéo préféré. Entre-temps, apparaissent les premiers programmes graphiques, intuitifs et symboliques, le Macintosh se répand, avec son interface graphique qui ressemble à un adventure game et sur le pc, le succès de Windows explose, l'arme secrète qui, en moins de dix ans, transformera Bill Gates de Microsoft en l'homme le plus riche du monde. Le succès de Nintendo fait désormais l'objet d'études: sociologues, psychologues et économistes reconnaissent l'influence des jeux vidéo sur les familles et les très jeunes. Le langage interactif des jeux vidéo gagne le cinéma (Spielberg déclare s'être inspiré du rythme des jeux vidéo dans le montage de la série *Indiana Jones* et dans le film *Roger Rabbit*) et «la Disney aussi s'approche, très prudemment, de ce monde, intégrant des passages digitaux et des mouvements de caméra technologique dans ses films d'animation»¹⁵. Les clips vidéo musicaux, les bandes dessinées, mais aussi la réalité virtuelle, le design, la simulation architecturale, la publicité et la télévision s'inspirent des jeux vidéo. En 1980, la Intellivision de la Mattel est créée et apparaissent de nouveaux jeux vidéo comme *Battlezone*, *Defender* et *Tempest*. *Battlezone* est un jeu vidéo de Atari caractérisé par un excellent graphisme vectoriel tridimensionnel. Il s'agit d'un jeu de cars d'assauts qui est utilisé, dans une version plus sophistiquée, pour l'entraînement de l'armée américaine. *Defender* peut être considéré comme l'archétype du *Shoot them up* au déplacement horizontal (*scrolling*) et comme le premier jeu vidéo avec écran à double fenêtre: il montrait dans un coin une petite carte du territoire, en avertissant les joueurs de la présence des méchants intergalactiques. On pouvait donc savoir quand il fallait se préparer à un assaut imminent, avant même d'atteindre un nouveau tronçon de territoire spatial. *Missile Command* se base sur l'idée d'une attaque nucléaire par l'espace; il utilisait déjà

¹² Id., *ibid.*, p. 250.

¹³ Ibid.

¹⁴ Carlà F., *ibid.*, pp. 261-262.

¹⁵ Id., *ibid.*, p. 29.

une défense anti-missile dotée de razzis lancés de terre avec une très grande précision, et on pouvait tirer et commander un trio de bases de lancement. Tempest est le dernier descendant d'une série de jeux au graphisme vectoriel. L'action très rapide de ce jeu vidéo consistait à conduire une créature jaune semblable à un crabe, sur les bords d'un tunnel vectoriel, en tirant contre Quark et d'autres éléments intergalactiques, qui entre-temps avançaient vers le joueur.

King Kong, rebaptisé Donkey Kong, se trouve sur un gratte-ciel, symbole de New York, avec une jeune fille blonde, enlevée, qui implore au secours. Le grand gorille se déplace sans cesse pour éviter les attaques d'un avion prétentieux. Le seul homme courageux qui tâchera de sauver la malheureuse jeune fille sera précisément Mario, qui libèrera la jeune fille, après avoir remporté quatre niveaux de jeu.

Mais «à la fin de l'année, au vu des faibles prévisions pour les ventes de Noël, les agents de Wall Street abandonnent le vaisseau des investissements liés aux jeux vidéo, qui coule à pic»¹⁶. Malgré quelques espoirs de reprise, début 1983, on assistera à un deuxième effondrement des jeux vidéo (appelé «la peste du logiciel») qui continuera jusqu'en fin 1986. Inondés de chargeurs construits par des maisons de logiciels, les consommateurs sont incapables de distinguer l'offre proposée, privilégiant les paniers des soldes, obligeant aussi les producteurs de jeux de haute qualité à un cercle vicieux de soldes et pertes. «Des dizaines de producteurs de logiciels déclarent faillite et la recherche et le développement en matière de jeux vidéo seront gelés en une sorte de suspension cryogénique»¹⁷. Sort alors ces années-là *The Attack of the Phantom Karate Devils*, de John Orthel, le premier jeu vidéo consacré au karaté qui se distingue encore maintenant, pour l'originalité avec laquelle le thème est interprété: un karateka combat un adversaire dont on ne voit que le visage et les mains; ce fantôme possède aussi les shuriken, des étoiles aux branches acérées qu'on fait rouler autour de l'adversaire. En 1984, Mattel vend sa division électronique et Warner démembre Atari. Cette année-là sort le jeu vidéo *Bruce Lee* de Ron J. Fortier publié par la Datasoft américaine. Il se situe dans un immense labyrinthe très dangereux où sont présents des adversaires mal intentionnés et des objets pointus.

Les technologies graphiques des jeux vidéo deviennent de plus en plus raffinées et désormais, ce que l'on voit et que l'on simule à l'écran a une qualité visuelle presque cinématographique; la simulation ressemble de plus en plus à la réalité. Entre-temps, le langage des jeux vidéo influence définitivement toute la communication des nouveaux médias digitaux, y compris la nouveauté émergente qu'est internet. Le World Wide Web, cette partie d'internet qui augmente jusqu'à devenir presque internet même, devient très populaire pour des millions de personnes dans le monde grâce à un programme, Mosaic-Netscape, dessiné par un jeune étudiant, Marc Andreessen, qui déclare explicitement s'être appuyé sur son expérience d'utilisateur de jeux vidéo. La Disney produit et distribue *Toy Story*, un film qui représente, en réalité, un voyage entre les personnages d'un jeu vidéo.

Les techniques de production de ces jeux vidéo ont mobilisé des capitaux énormes qui ont à leur tour permis de réaliser ces progrès technologiques dont bénéficient toute l'industrie et la communication digitales. Ainsi, les logiciels les plus utilisés dans l'animation avec l'ordinateur ont été développés à l'origine pour la production de jeux vidéo. Presque cent mille jeux vidéo sont sortis au cours de ces années: depuis les jeux de stratégie aux simulateurs de vol, des aventures fantasy aux jeux de rôle, des puzzles animés comme Tetris, aux labyrinthes inextricables, jusqu'aux combats corps à corps et aux courses de Formule Un. Il existe encore des milliers de jeux éducatifs pour apprendre les langues et les mathématiques, pour découvrir son arbre généalogique et le corps humain.

En 1990, «le jeu vidéo le plus vendu est Super Mario Bros 3 de Nintendo, qui rapporte cinq cent millions de dollars»¹⁸. La même année, un autre jeu va gagner les foules et triompher en matière d'animation et de graphisme: *Prince of Persia*, distribué par Broderbund. Pour sauver sa fiancée des griffes d'un féroce saladin, le jeune prince devra dépasser de nombreux cadres et tout autant de dangers pour éviter de tomber sur le terrain.

Un jeu vidéo qui eut un grand succès social parmi les jeunes de son temps fut *Street Fighter*, et les *Street Fighter* suivants, II et III, au sein desquels apparaît, parmi les dix personnages principaux, une lutteuse appelée Chun Li, qui, quand elle gagne une rencontre, saute et crie.

¹⁶ Ibid.

¹⁷ Hertz, J. C., *Il popolo dei joystick*, Milano, Feltrinelli, 1998, p. 29.

¹⁸ Id., *ibid.*, p. 31.

Chaque personnage a un style de lutte différent, avec des mouvements secrets et des combinaisons. C'est alors que commence la location des cartouches pour jeux vidéo, malgré le désespoir incrédule des producteurs.

Pokémon Red, Blue et Green envahissent très vite les marchés et passionnent les tout petits. Dans le jeu vidéo, l'objectif est de conquérir le nombre le plus élevé de «figurines», de façon à former un vrai «groupe de combat». En 1998, débarque de manière triomphante aux États-Unis et obtient un succès immédiat, et en 2000 il arrive en Europe (et en Italie). Vu le succès extraordinaire de cette opération, Nintendo a développé un projet encore plus ambitieux et sur une échelle très étendue: comme cela s'était produit pour les autres jeux vidéo (tels Street Fighter ou Mortal Combat), Pokémon est apparu aussi sur les écrans de télévision, avec une série animée programmée actuellement en Italie. La série nous propose les aventures de Ash, un garçon en quête d'aventure qui veut devenir un entraîneur de Pokémon, selon le rêve de son père. Une fois parti, il passe sa première étape chez le professeur Oak qui lui donne une boule Poké contenant Pikachu, une petite souris électrique qui décharge des énergies de son corps. En voyage, il rencontre Misty, une jeune fille qui décide de l'accompagner sur la route de l'inconnu. Tous deux devront combattre des ennemis rusés, Jessie, Jane et Meow, qui essayeront de freiner le projet de Ash.

En dehors du jeu vidéo et de la série télé, est sorti un jeu de cartes (semblable à Magic) qui s'inspire des Pokémon. Ce jeu vidéo très célèbre est arrivé aussi sur Nintendo 64, en Pokémon Snap, où le joueur se transforme en un photographe en chasse de petites créatures à immortaliser.

Récemment, un nouveau jeu vidéo a été lancé, qui s'inspire du roman de l'écrivain anglaise J. K. Rowling, «Harry Potter et la pierre philosophale», et du film homonyme, suite au grand succès obtenu sur les écrans de cinéma du monde entier.

Le jeu vidéo Harry Potter et la Pierre philosophale, édité par Electronic Arts et distribué par C.T.O., se situe au sein de l'école de magie et de sorcellerie de Hogwarts. Le jeu vidéo est très simple, notamment parce qu'il a été conçu pour un public jeune. Une première partie du jeu est consacrée à l'apprentissage des commandes, où le joueur, dans le rôle du jeune apprenti sorcier Harry, peut apprendre à bouger, sauter, grimper, faire des enchantements et explorer le château pour en découvrir les secrets les plus intimes. Structuré selon une série d'aventures individuelles, ce jeu présente les personnages principaux du roman: le perfide Draco Malfoy, le professeur Raptor, Hagrid, Hermione et le sage directeur du collège Albus Dumbledore.

D'après une recherche menée aux États-Unis, on a constaté actuellement un important changement concernant les genres de jeux vidéo les plus vendus sur le marché, par rapport à ceux qui étaient commercialisés dans les années quatre-vingt: les jeunes préfèrent acheter des jeux vidéo qui invitent à la réflexion, à la planification et à la prévision d'événements (appartenant surtout au genre de la simulation), plutôt que ceux basés sur la violence physique. Les deux jeux les plus célèbres, qui ont écrasé la concurrence, ont été créés par Will Wright: il s'agit de Sim City, où on demandait au joueur d'effectuer des choix politiques, sociaux et financiers difficiles; et l'autre, The Sims, le jeu où on décide le sort de la famille Sims (comment meubler leur maison, quelle carrière leur donner, quels rapports entretenir avec les voisins). «Le joueur doit résoudre les problèmes que n'importe quel choix suppose»¹⁹.

2. La recherche

Le système le plus utilisé pour classer les jeux vidéo est certainement celui qui établit des catégories de genres. Cette manière de procéder permet de regrouper tous les titres selon la présence de propriétés spécifiques qui, d'un côté, servent à orienter l'utilisateur dans le choix des produits et d'en prévoir les contenus, tandis que de l'autre, elles permettent de créer des associations entre jeux vidéo. Les critères qui déterminent l'inclusion d'un titre dans une classe spécifique d'appartenance sont liés surtout au type d'interaction qui se crée entre l'utilisateur et le software, du point de vue choisi, du contexte de jeu, de la typologie d'objectifs à atteindre pour porter la mission à terme et aussi de la complexité des stratégies à élaborer pour, finalement, gagner. Un autre facteur important est celui qui

¹⁹ Guaita, A., «Addio videogame sanguinari, adesso tocca ai videogiochi riflessivi», *Il Messaggero*, 7 aprile 2002, p. 15.

créé une distinction entre les jeux vidéo suivant la présence ou non d'autres joueurs contre lesquels se battre. On peut en effet utiliser une fonction «singleplayer» ou «multiplayer». Dans le deuxième cas, l'utilisateur n'est pas seul avec le logiciel, mais il peut défier d'autres joueurs qui possèdent la même console que la sienne, en se servant de plusieurs mouses, ou bien en utilisant internet.

Il existe sur le marché de multiples typologies de jeux vidéo et chacune d'elles comprend des sous-catégories ou des variantes qui rendent le jeu vidéo original. Certains titres naissent précisément de la combinaison de plusieurs aspects qui caractérisent différentes typologies de jeux vidéo, déterminant la présence de genres hybrides qui peuvent toutefois aussi s'avérer plus prenants que les genres classiques. Les typologies de jeux vidéo actuellement sur le marché se définissent aussi selon les modalités liées à leur utilisation par le joueur. On a assisté récemment à la naissance de nouveaux genres de jeux vidéo qui associent la modalité multiplayer à la possibilité d'interagir avec d'autres joueurs à travers le réseau internet. Il s'agit de nouvelles typologies qui mêlent stratégie, action et aventure à la possibilité de partager les émotions avec d'autres utilisateurs qui se reliait du monde entier, à travers leur pc ou grâce aux nouvelles plates-formes sur le marché. Ces modalités ludiques, en augmentation actuellement, sont encouragées en grande partie par la possibilité de bénéficier de connexions rapides de type ADSL.

Les typologies de jeux vidéo présents actuellement sur le marché sont: arcade, aventure, action, stratégie, éducatifs, simulation, sportifs, de rôle, MMORPG et classiques.

3. Mythes, valeurs, personnages

La grande majorité des jeux vidéo étudiés ici (89%) permet au joueur de contrôler et de décider les actions, la vie et la mort d'un personnage fantastique, qui se déplace au sein d'un monde construit virtuellement. Mais tous les jeux vidéo n'ont pas un héros protagoniste avec lequel le joueur peut s'identifier. D'après les données rassemblées il s'avère en effet que 11 jeux vidéo sur 100 ne permettent pas à l'utilisateur de jouer le rôle d'un personnage représenté graphiquement à l'écran. En l'absence de cet intermédiaire, le joueur fait partie d'une modalité de jeu différente de la modalité classique où, en utilisant des commandes précises, il peut interagir, en temps réel, directement avec les événements qui ont lieu sur l'écran et non pas donc en pilotant les actions d'un personnage qui entrera, par conséquent, en relation avec les événements mêmes. On peut retrouver cette modalité particulière de jeu au sein des genres de stratégie de gestion (50% ne l'ont pas), de simulation (presque la moitié ne l'a pas), arcade (15% ne l'ont pas), éducatifs (12% ne l'ont pas) et enfin 10% des jeux vidéo d'action.

4. Les caractéristiques des personnages

4.1. Le sexe

Les héros des jeux vidéo sont surtout des hommes (71% du total), tandis que les personnages féminins n'en font presque pas partie (9%). Ces pourcentages sont représentatifs de la population réelle des utilisateurs de jeux vidéo, qui sont surtout des enfants et des adolescents; on y trouve très peu de filles. Il est intéressant de constater que les personnages féminins sont représentés, dans la plupart des cas, comme des jeunes filles très fortes et courageuses, fascinantes du point de vue esthétique, capables de lutter en tout et pour tout contre les rivaux du sexe masculin, en proposant un modèle d'héroïne qui se rapproche de celui du héros. Ces protagonistes sensuelles doivent par ailleurs plaire plus à un public masculin qu'à un public féminin. Dans certains jeux vidéo (20%), on peut choisir de jouer un rôle masculin ou féminin. En général, c'est le joueur qui choisit son personnage préféré mais parfois, comme dans le cas du jeu vidéo *The Watchmasher*, il est appelé à jouer inévitablement les rôles des deux personnages, en exploitant les différentes potentialités. Les personnages féminins des jeux vidéo sont expression de valeurs positives, comme la bonté, la justice et l'altruisme (12%), des valeurs qui ne sont pas dominantes chez les personnages du sexe opposé. Les autres héroïnes (50%), tout comme les personnages masculins, agissent de façon percutante au sein du jeu en démontrant qu'elles possèdent un grand courage et une forte détermination.

Les valeurs des personnages masculins sont à la fois positives et négatives. Les héros sont, pour la plupart (17%), le symbole du courage, une valeur inhérente à leurs actions et à leurs intentions. Le

12% des personnages peut compter sur son sens de l'astuce, compétence nécessaire pour prendre les décisions correctes dans chaque situation spécifique. Le 9% des protagonistes croit en l'importance du pouvoir et se montrent prêts à tout pour augmenter le leur.

4.2. Personnes, animaux, figurines

La grande majorité des protagonistes des jeux vidéo est constituée de personnes (73%); cette réalité permet au joueur de s'identifier sans peine au rôle du personnage et d'entretenir une relation plus étroite avec lui, basée sur la présence d'une ressemblance de genre. Le joueur devra nécessairement être en harmonie avec le protagoniste, en le faisant interagir avec le contexte virtuel dont il fait partie.

La catégorie des figurines, qui suit en nombre celle des personnes, représente presque tous ces personnages fantastiques qui sont animés pour vivre des aventures, souvent en un temps indéfini, qui peuvent utiliser des pouvoirs magiques, résoudre des énigmes et explorer, avec le joueur, leur monde, souvent très différent du nôtre (basé, par exemple, sur des lois physiques différentes). Dans le jeu vidéo *Laura et le secret du diamant*, la protagoniste a été entièrement construite avec les blocs Lego.

Une autre catégorie importante de personnages, qui plaît beaucoup aux enfants, est celle des animaux (8%) et des animaux anthropomorphes (3%); en de nombreuses occasions, on permet aux enfants de jouer directement avec des personnages qu'ils ont déjà connus dans les dessins animés (comme ceux de Disney): dans le jeu vidéo *Le Roi Lion 2*, ils peuvent interpréter le rôle du petit Simba, ou bien dans le jeu *Les 101 dalmatiens*, ils peuvent conduire les jeunes dalmatiens vers le salut, en luttant contre la méchante Crudelia Damon.

Dans certains jeux vidéo, le joueur peut choisir d'être une personne ou un animal et changer.

4.3. Le temps

La plupart des aventures virtuelles (56%) se déroulent dans un temps présent. Dans les jeux vidéo situés aujourd'hui, les caractéristiques des personnages, et en particulier de ceux qui représentent des personnes, sont pareilles aux nôtres (mêmes vêtements, mêmes métiers), même si leurs missions peuvent être absolument imaginaires.

Nombreux sont les jeux vidéo situés dans le passé (17%), où on peut se retrouver dans des périodes historiques précises, en jouant activement les rôles de cavaliers, de condottieri et de conquérants.

Il ne faut jamais négliger l'élément fantastique présent dans de nombreux jeux vidéo et qui, dans certains cas, est l'objet principal des aventures; cet élément est essentiel dans les jeux vidéos de science-fiction ou situés dans un futur possible; il s'explique encore davantage dans ces jeux où on peut voyager dans le temps pour visiter des endroits et vivre des aventures dans des lieux même très éloignés d'un point de vue temporel (3%).

Il existe enfin des jeux vidéo pour lesquels on ne peut définir une époque précise, notamment à cause de caractéristiques tout à fait fantastiques relatives aux contextes de jeu (7%).

4.4. La classe sociale

49% des personnages appartiennent à une classe sociale élevée, où le joueur peut prendre des rôles très importants, comme celui d'un roi ou d'un dieu (c'est le cas du jeu vidéo *Zeus*, le seigneur de l'Olympe).

31% des protagonistes peuvent faire partie d'une classe sociale moyenne; ces personnages exercent, au sein de leur société, des métiers comme policier, soldat, détective. 7% seulement des personnages appartiennent à une classe sociale basse; il est intéressant de constater que parfois la trame du jeu vidéo mène un personnage pauvre à devoir lutter et combattre pour devenir riche ou pour conquérir, parfois même par la tromperie, une position plus importante au sein de sa société, en parvenant finalement à son but. Citons, à titre d'exemple, le jeu vidéo *Pour l'Or et la Gloire: la route d'Eldorado*, où les personnages souhaitent à tout prix devenir riches et puissants.

13% des personnages, enfin, ne peuvent faire partie d'aucune classe sociale, parce que le monde virtuel où il vivent ne prévoit pas la présence de relations de pouvoir entre les personnages.

4.5. Le pouvoir

La condition de domination caractérise la plupart des personnages des jeux vidéo (92%), tous des gagnants potentiels. 4% d'entre eux seulement sont soumis, comme c'est le cas du jeu vidéo Frogger II, où la petite grenouille n'a pour but que de survivre à une série très longue de situations qui pourraient provoquer sa mort immédiate.

Il existe aussi des jeux vidéo (4%) qui permettent au personnage de passer d'une condition de soumission à une position dominatrice; dans le jeu vidéo Kuzco l'empereur mégalomane par exemple, le souverain Kuzco, victime d'un enchantement, a été transformé par le mal en un lama; pendant tout le jeu, il devra, au milieu de nombreuses difficultés, tâcher de redevenir un homme pour reprendre son trône de roi.

4.6. L'identité

Presque tous les personnages des jeux vidéo (96%) ont une seule identité. Les autres personnages possèdent en revanche une double identité; dans certains cas, les protagonistes peuvent passer d'un personnage à un autre, comme dans Batman Vengeance; dans le jeu vidéo Pour l'Or et la Gloire: la route de l'Eldorado, l'empereur Kuzco a été en revanche transformé, grâce à un enchantement, en animal; dans le jeu vidéo Vampire the masquerade redemption, enfin, le personnage principal s'est transformé lentement en un dangereux vampire.

4.7. Le rôle

Le rôle que les personnages jouent le plus fréquemment au sein d'un jeu vidéo est de combattre quelqu'un ou quelque chose: de nombreux personnages combattent le mal, d'autres le font pour renforcer leur pouvoir, d'autres encore se battent pour leur pays. Un grand nombre de personnages, surtout les plus courageux et aventuriers, doivent explorer des contextes inconnus, parfois dangereux et truffés de pièges. D'autres personnages sont à la recherche continue de quelque chose de très précieux qui se cache dans des endroits bien souvent inatteignables. Il y a aussi les personnages défenseurs, la majeure partie d'entre eux peuvent être considérés comme de vrais héros, qui mettent à disposition de toute l'humanité leur pouvoir et leur force.

4.8. Le statut

Presque tous les personnages des jeux vidéo peuvent être décrits en fonction de leur statut. On peut tout de suite constater que les deux statuts dominants sont l'animal et la créature fantastique. Les protagonistes représentés par des personnes, en revanche, possèdent des statuts différents les uns des autres; on peut déduire cet élément du fait qu'il n'existe pas de rôle nettement supérieur, au niveau de la fréquence, par rapport aux autres; le seul statut qui apparaît plus d'une fois est celui du commandant.

4.9. Les thématiques

Les deux thèmes dominants sont l'aventure (33%) et le fantastique (23%). Les jeux vidéo d'aventure font participer le joueur à des aventures où il faut agir avec une certaine détermination, en affrontant courageusement les dangers; dans les jeux vidéo fantastiques, le joueur est tout de suite pris par une atmosphère onirique, par une réalité parallèle où il faut respecter des règles spécifiques et où il peut mener une infinité d'actions qui supposent une certaine souplesse de l'esprit.

4.10. Le but du jeu

Chaque jeu vidéo donne la possibilité au joueur de gagner ou de perdre. Pour pouvoir terminer la partie avec succès, le joueur devra comprendre ce qu'il faut faire pour élaborer les bonnes stratégies et arriver à l'objectif. Le but vers lequel tendent tous les personnages ou bien, dans le cas d'un jeu vidéo sans protagoniste, les actions dirigées du joueur, sont réglées en fonction du but du jeu.

La plupart des jeux vidéo ont pour but de réaliser des missions, toujours très spécifiques et bien définies, ou d'arriver le premier au but, dans un concours de voitures et de bateaux. De nombreux jeux vidéo attribuent au personnage principal une fonction très importante, celle de sauver le monde d'un danger imminent (attaque des aliens, puissantes forces du mal), ou bien de sauver quelqu'un qui risque sa vie. D'autres jeux vidéo exigent du personnage, et donc du joueur, d'écraser quelqu'un qui veut

arriver à toute force au pouvoir, ou de gagner une bataille. Il est intéressant d'observer que deux jeux vidéo ont pour but final de tuer une personne.

4.11. Les valeurs en lesquelles ils croient

Par rapport aux objectifs à atteindre au sein du jeu, tous les personnages sont guidés dans leurs actions par des valeurs dont ils sont l'expression. Pour chaque jeu vidéo, le protagoniste peut agir, communiquer et penser en fonction des objectifs qu'il doit atteindre et de tous les éléments du contexte où se déroule l'histoire, perçu comme élément déterminant qui circonscrit toutes les actions. L'explicitation de la condition de départ, la perception de la position occupée au sein du jeu et les relations que le protagoniste entretient avec les autres éventuels personnages, sont des éléments éclairants qui déterminent la nature des actions que le personnage pourra et devra effectuer pour achever le jeu. La plupart des personnages (20%) sont animés d'un grand courage qui leur permet d'affronter des situations problématiques, au risque de leur vie, pour atteindre des objectifs parfois même ambitieux. Dans d'autres cas, intelligence et ruse sont des éléments typiques de la nature du personnage, qui s'exprime au sein d'une réalité même fantastique et constitue la clé du succès. Le joueur se rend tout de suite compte qu'il doit faire appel à toute sa subtilité et mettre au point des stratégies efficaces afin de porter sa mission à terme. Dans 9% des jeux vidéo, la valeur dominante est le pouvoir : les personnages sont appelés à lutter, à entrer en compétition entre eux, à combattre de toutes leurs forces pour atteindre une position d'honneur et de reconnaissance sur le plan social (par exemple, devenir le roi de populations immenses qui vivent sur de vastes territoires). 3% des jeux vidéo ont pour seule et unique valeur la pure connaissance de notions et d'évènements (c'est le cas des jeux vidéo éducatifs); les enfants sont transportés au sein d'une réalité simulée dont le vrai but est le plaisir d'apprendre et d'appliquer concrètement ce qu'on vient d'apprendre, en résolvant des questions et de simples énigmes. Certains personnages croient à l'amour, à l'amitié, à l'intégration et à l'altruisme.

Parmi les valeurs qui déterminent les actions des personnages, on peut trouver toutefois aussi des valeurs très négatives, qui apparaissent heureusement en pourcentages très faibles, comme: méchanceté, tromperie et vengeance; des valeurs qui peuvent même mener le personnage à tuer et à éprouver du plaisir en voyant le désespoir ou la défaite des autres.

Les jeux vidéo ne renferment donc pas seulement une vision du bien et du mal et une victoire contre le mal, mais aussi une vision du mal qui parvient à écraser les innocents et les faibles, pour satisfaire un besoin de réaliser des méchancetés.

Dans les jeux vidéo où les personnages sont des deux sexes, les valeurs dominantes sont le pouvoir et le courage (17%). Des valeurs communes aux deux sexes sont par ailleurs l'intelligence avec laquelle les actions sont menées, la magie, la sympathie et la créativité (11%); on trouve moins présentes (5%) intégration, audace et ruse.

Les personnages riches expriment, au sein des jeux vidéo, des valeurs comme le courage (21%), le pouvoir (20%), l'astuce et l'intelligence (9%). Souvent, les personnages qui appartiennent à une classe sociale élevée sont des personnages fantastiques qui se servent de pouvoirs magiques pour se défendre eux-mêmes ou pour défendre les autres (9%). Altruisme, force intérieure, liberté (2%) et indépendance (9%) sont les valeurs qui ne sont liées qu'à l'action des personnages les plus aisés.

La valeur dominante qui anime les actions des personnages appartenant à la classe moyenne est le courage (25%); on peut aussi observer que les valeurs qui sont liées directement aux seuls personnages de la classe moyenne sont les suivantes: amour, bonté, justice et connaissance en ce qui concerne les valeurs positives, vengeance, frustration et audace pour les autres.

La valeur dominante qui ressort de la plupart des jeux vidéo où le protagoniste est un personnage de classe sociale basse est la richesse (33%); les personnages pauvres visent donc à l'amélioration de leur condition économique et sociale. La richesse, ainsi que la transgression et la tromperie, sont les valeurs qui apparaissent uniquement dans les jeux vidéo qui présentent comme héros les personnages qui vivent dans la pauvreté.

Les personnages dominateurs sont le symbole d'un grand nombre de valeurs, dont le courage (19%), le pouvoir, l'intelligence (9%) et enfin l'astuce (7%), toutes des caractéristiques qui permettent à un héros de mener à bien ses missions, en conservant une position dominante. Il est intéressant de constater que le courage et l'intelligence, ainsi que d'autres valeurs (intégration, magie, transgression, bonté, audace, sympathie, vengeance, collaboration, tromperie, amour, amitié, richesse, méchanceté,

justice, créativité, connaissance, liberté, agressivité) caractérisent l'action des personnages dominateurs uniquement.

Les personnages soumis sont porteurs de valeurs comme la curiosité, l'habileté, la frustration et le comique. Trois de ces valeurs (curiosité, frustration et comique) sont typiques de cette catégorie. Le comique, dans les jeux vidéo, consiste à présenter des personnages drôles et gauches, dans une optique sarcastique.

Les personnages des jeux vidéo qui, en partant d'une position soumise, se transforment au cours du jeu en dominateurs, sont en quête d'indépendance, basent leurs actions sur leur astuce ou visent à accroître leur pouvoir à l'égard des autres personnages. La seule valeur qui caractérise cette catégorie de personnages est la force intérieure qui doit intervenir au sein d'une lutte contre soi, comme c'est le cas dans le jeu vidéo *Vampire the masquerade redemption*.

Les personnages avec une seule identité, très représentatifs de la grande majorité des protagonistes des jeux vidéo, sont l'expression de toutes les valeurs symbolisées par les personnages, sauf de celui qui fait appel à sa force intérieure.

Les protagonistes avec une double identité sont porteurs de valeurs comme le courage (50%), le désir d'indépendance et la force intérieure, qui, elle, ne caractérise que les personnages à double identité.

Les personnages qui font partie d'une réalité passée considèrent comme valeurs dominantes le pouvoir (17%), qui s'explique aussi par la conquête de territoires et de populations, le courage et l'astuce.

Le courage, exprimé par 20% des protagonistes, est la valeur la plus importante pour les personnages du présent, avant l'astuce, l'habileté, le pouvoir, l'intelligence et l'agressivité (5%).

Les jeux vidéo qui se situent dans un futur possible supposent la présence de personnages astucieux et intelligents, qui combattent avec courage pour obtenir le pouvoir ou leur indépendance.

Les personnages qui vivent à notre époque sont surtout porteurs de valeurs de courage, de force intérieure et de liberté.

Dans les jeux vidéo où la temporalité relative à la succession des aventures est indéfinissable, on ne relève pas de valeurs dominantes dans plus d'un jeu vidéo. Dans l'ensemble, on observe la créativité, l'habileté, la magie et la connaissance, mais le pouvoir continue à être présent aussi dans une dimension infinie du temps.

4.12. Le joueur

Le joueur dispose de trois façons pour intervenir dans le choix du personnage à interpréter. Dans la majeure partie des jeux vidéo (65%), il n'existe qu'un personnage auquel le joueur peut s'identifier; dans 31% des jeux vidéo, l'utilisateur peut choisir le personnage par lequel il se sent le plus représenté ou vers qui il éprouve un sentiment de sympathie ou d'admiration. Il existent enfin des jeux vidéo, comme les jeux de rôle, qui permettent au joueur de créer son personnage, en associant entre elles plusieurs caractéristiques sélectionnées parmi celles qui sont disponibles: le joueur pourra choisir, par exemple, le sexe de son personnage, son métier (parmi ceux qui sont proposés), son aspect physique, ses spécificités à la lutte ou au combat, son passé.

81% des personnages *désignés* sont du sexe masculin, tandis que seulement 14% d'entre eux sont du sexe féminin; il existe par ailleurs des jeux vidéo (5%) qui invitent le joueur à personnifier, tour à tour, soit un personnage masculin soit un personnage féminin, en exploitant les potentialités des deux protagonistes (c'est le cas du jeu vidéo *The Watchmaker*). En étudiant les valeurs relatives aux jeux vidéo où l'on peut choisir le personnages avec lequel on veut vivre l'aventure, on décèle les éléments suivants:

- dans 61% des jeux vidéo, le choix du personnage tourne autour de deux ou plusieurs protagonistes, tous de sexe masculin;
- aucun des jeux vidéo étudiés ne permet de faire le même choix pour deux ou plusieurs personnages de sexe féminin;
- dans 39% des jeux vidéo, on peut choisir, avant de commencer à jouer, le rôle d'un protagoniste de sexe masculin ou féminin.

En prenant en considération, enfin, les données relatives au sexe des personnages créés par le joueur, on peut constater que:

- dans 25% des jeux vidéo, on ne peut créer un personnage qui soit de sexe féminin;
- en aucun cas il n'est possible, sur l'échantillon de jeux analysés, de créer des personnages qui aient comme apparence constante le sexe féminin;
- dans la plupart des jeux vidéo (75%) on peut créer un personnage masculin ou féminin.

Dans le jeu vidéo, le joueur appelé à s'identifier avec les personnages des histoires virtuelles participe directement à l'action par de multiples situations au-delà du temps et de l'espace connu. Les héros des jeux vidéo inspirent le courage et la ténacité, mais indiquent surtout chaque fois très clairement les objectifs qui doivent être poursuivis en spécifiant potentialités et faiblesses, et en préparant le joueur à une épreuve continuelle contre lui-même. La victoire n'est jamais donnée et le joueur doit toujours se concentrer davantage, faire preuve de constance, d'astuce plus que d'intelligence pour atteindre l'objectif final. L'apprentissage et l'entraînement sont des compétences indispensables comme «obéir» à la stratégie la plus adaptée pour atteindre le but. Les personnages principaux sont surtout des hommes, ils affrontent les épreuves courageusement et font preuve d'astuce pour accroître leur pouvoir au sein du contexte où ils agissent. Dans de nombreux jeux vidéo, le joueur doit être «méchant» et prendre le rôle du méchant, il réalisera des actions au nom de la vengeance et de la transgression, il utilisera la tromperie pour gagner, même si tout cela se produit dans un monde différent du sien. Ce qui peut se produire le plus souvent, c'est de mourir, mais chaque personnage dispose de plusieurs possibilités de résurrection pour lutter pour sa vie et pour celle des autres. Celui qui se trompe dans le monde des jeux vidéo meurt, la mort est la preuve de l'erreur commise, elle est le symbole de la défaite, mais... le joueur a toujours une autre possibilité. Ceux qui utilisent les jeux vidéo vivent au minimum deux fois et après tout, et pour toujours, demain est un autre jour.

Citer cet article :

Marina d'Amato, « Nouvelles formes des solidarités : les jeux vidéo », in *Actes du colloque Enfance et cultures : regards des sciences humaines et sociales*, Sylvie Octobre et Régine Sirota (dir), <http://www.enfanceetcultures.culture.gouv.fr/actes/damato.pdf> [en ligne], 15-17 décembre 2010, Paris.