

Everybody's Player One

Le jeu, ses pratiques : d'évolutions en mutations

PAR OLIVIER PIFFAULT

Comment, d'abord loisir de jeunesse, le jeu vidéo est-il devenu une des pratiques culturelles qui réunit le plus les générations ? L'histoire du jeu et de son développement est d'abord une histoire des techniques et des matériels. Elle est également celle des contenus et de leur réception, de leur appropriation et de leur pratique par des publics très évolutifs. C'est enfin une révolution culturelle, partie d'une pratique confidentielle de geeks et devenue un loisir du quotidien.



↑ *Read dead redemption 2*, Rockstar Games 2018.

Pour la « génération Z » et la « génération alpha », les actuels enfants, adolescents et jeunes adultes ainsi nommés par les sociologues et les médias, les jeux vidéo font aujourd'hui partie intégrante de leurs pratiques culturelles, sur tous supports numériques, en tous lieux et à toute heure. Bien plus, le jeu vidéo est une pratique majoritairement adulte, touchant jusqu'au troisième âge. Une situation qui peut sembler étrange, et à tout le moins inattendue, pour un média apparu dans les années 1970 et qui fut d'abord, en France, très identifié aux enfants. Si l'histoire des jeux vidéo et de leur développement est d'abord une histoire des techniques et des matériels, elle est également celle des contenus et de leur réception, de leur appropriation et de leur pratique par des publics très évolutifs. Activité technologique, signe de distinction sociale par son coût, le jeu vidéo a longtemps été une pratique importée, des USA puis du Japon, avant de se développer comme industrie en France. Séduisant un public d'enfants et de jeunes, il a élargi son audience en les accompagnant, mais aussi en conquérant successivement de nouveaux publics. Loisir relativement marginal à l'origine, le jeu vidéo a vécu plusieurs révolutions technologiques qui en ont fait un point commun des pratiques numériques de toutes générations, classes sociales ou milieux culturels, avec tout autant de variété qu'on en trouve dans l'univers de la lecture ou de la musique. Si cette industrie culturelle a évolué par vagues et par strates successives autant que simultanées, le récit de son déploiement en France peut être tenté à travers trois grands temps. Celui des origines et de la naissance d'une culture geek, des années 1970 au milieu des années 1990 culminant avec la généralisation de la micro-informatique. Puis le temps d'une double expansion des publics, grâce à des ruptures technologiques, jusqu'au milieu des années 2000, âge d'or d'une création de jeux, genres et supports, renouvelant en profondeur modèles, pratiques et publics. Enfin, depuis 2006-2007, le temps d'une généralisation du phénomène, portée par l'innovation téléphonique, la numérisation de la société autant que par l'évidence et donc la reconnaissance de cette industrie culturelle, aussi omniprésente que partagée.

L'auteur

Olivier Piffault est archiviste-paléographe, conservateur général, directeur de la conservation à la BnF. Il a été responsable de la rubrique multimédia jeu vidéo de *La Revue des livres pour enfants* de 1999 à 2008, a écrit plusieurs articles sur le multimédia et la littérature numérique.

D'UN NOUVEAU LOISIR À UNE CULTURE DE GEEK, DE PONG À TETRIS

Les origines des jeux vidéo sont à chercher dans les laboratoires de recherche anglais et américains de l'industrie électronique, des téléviseurs comme des radars dès 1951 où Ralph Baer propose le concept, puis avec l'OXO, jeu de morpion d'Alexander Douglas (1952), puis *Spacewar* de Steven Russel (1962), ou *Chase Game* de Ralph Baer (1966). Mais c'est avec *Pong* que le grand public découvre le concept de jeu vidéo en 1972 en Californie, sur borne d'arcade due à la société Atari de Nolan Bushnell. La même année sort la Magnavox Odyssey, considérée comme la première console de jeux vidéo commercialisée. Dans son salon ou dans un bar, une salle de jeux, l'écran cathodique se transforme en terrain de jeu. Devant le succès de ces milliers de bornes d'arcade et de dizaines de milliers de consoles écoulées, des dizaines de sociétés se lancent et produisent des clones de ces concepts, puis de nouveaux jeux : le jeu vidéo est né, et les Européens, dont les Français, le découvrent dès 1973.

Ce loisir vise et touche d'abord le public des bars, cafés, salles de jeux... fréquentées autant par des adultes que par des « jeunes ». Les enfants qui accompagnent les adultes dans ces lieux peuvent aussi trouver ces machines dans les stations-service, les fêtes foraines, certaines galeries commerçantes, épuisant leur argent de poche, et ainsi s'amorce le déclin des flippers et autres baby-foots... On pratique seul, mais bien vite des jeux permettent de se comparer, grâce aux scores enregistrés, et parfois même de s'affronter. Les séquences sont courtes, quelques dizaines de secondes à quelques minutes. Une poussée d'adrénaline et de concentration, en solo dans un lieu public : une sociabilité même pour les solitaires.

Les premières consoles

Conçues pour le public familial, les consoles se branchent sur le téléviseur du foyer, fabriquées par les Américains Atari, Coleco, GI, ou les rois de l'électro-ménager européen, Philips, SEB (!). Dans la France de 1974, 79 % des foyers ont la télé, dont 7 % seulement en couleur.

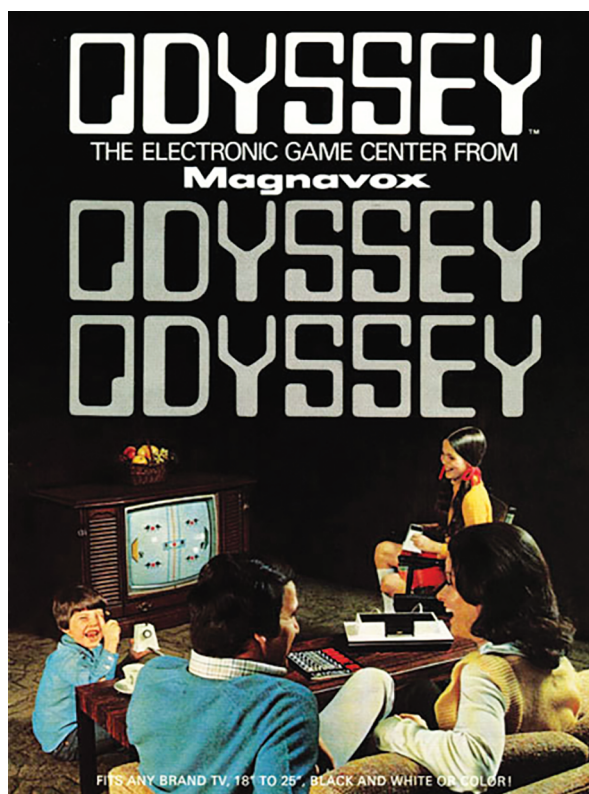
Les publicités visent logiquement un public familial, couple avec deux enfants, et vendent une pratique inédite : la télévision devient objet d'activité, d'échange et de partage entre générations. La publicité *Odyssey*¹ montre ainsi papa affrontant maman, la sœur son frère, et le père apprenant les gestes à sa fille. En pratique, le matériel est fragile, les graphismes sont basiques, tenant en quelques rectangles blancs mobiles, et un usage intensif peut aboutir à créer des images rémanentes grâce au phosphore du tube cathodique.

Si les publicités montrent des familles, les témoignages que sont les reportages télé, les sujets des magazines, les films de fiction... montrent qu'il s'agit d'un loisir de jeunes². Ces premiers jeux vidéo sont pour la plupart dérivés du concept de *Pong* : un rectangle figurant chaque joueur, un carré la balle, des lignes pour le décor, filet ou terrain de sport. Au fond, tennis, football, hockey, courses de voitures ou combats spatiaux utilisent les mêmes ressorts techniques. L'esthétique et la technique limitées mettent en place un principe essentiel : la représentation est symbolique, le joueur se projette et imagine, c'est une simulation, dans la tradition des jeux de rue type « gendarmes et voleurs » comme des jeux de société tels que *L'Autoroute* ou le *Cluedo*. Mais le défi proposé ne repose pas sur des dés ou une force physique, mais sur le réflexe et la maîtrise du geste, du rythme du doigté. Dès *Pong*, les ingénieurs ont créé un modèle sollicitant intelligence et réflexe, et addictif. *Breakout* (1976, Jobs et Wozniak) développe ces principes et notamment la variation progressive de difficulté. Le jeu vidéo, dans ses origines, est profondément déceptif pour les enfants : ils perdent tout le temps... mais sont récompensés par l'expérience d'investissement intense.

Le jeu vidéo ouvre ainsi aux enfants des baby-boomers, la « Génération X »³, un remède à la solitude, une alternative aux rivalités physiques ou sportives, un univers identitaire fait de technologie et de compétences peu ou pas maîtrisées par les adultes, et une variante du rêve de progrès de la fascinante Amérique... qui s'élargit au Japon, nouvelle frontière de la modernité par son électronique conquérante (appareils photo, hi-fi...). Atari, entreprise américaine, porte ainsi un nom japonais. En 1977, Nintendo lance



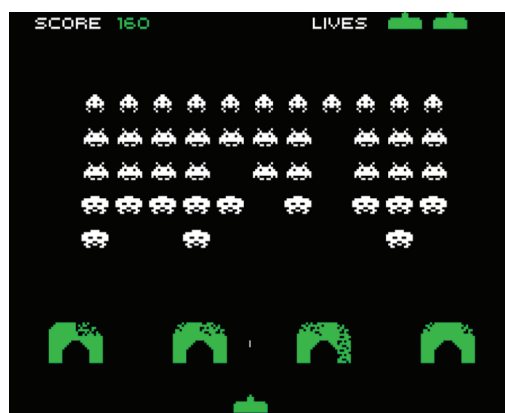
↑ Armoire signée par le créateur de *Pong* Allan Alcorn dans l'exposition « L'âge d'or des jeux vidéo » au Neville Public Museum à Green Bay, Wisconsin (Wikipedia Commons).



↑ Affiche publicitaire pour la console Odyssey, 1973.



↑ Ball, Game and Watch, Nintendo, série Silver, 1980.



↑ Space invaders, Taito, 1978.



sa première console. En 1978, Taito lance le premier réel « shoot'em up », *Space invaders*. C'est le premier jeu où l'on peut enregistrer le « highscore » (record de points), et l'utilisation de niveaux en fait un des premiers jeux narratifs. En 1980, Namco crée le mythique jeu *Pac-Man*, doté de 256 niveaux. Et en 1980 apparaissent les fameux « Game and watch » de Nintendo, que l'on appelle « jeux électroniques », consoles portables monojeu, véritable phénomène de société⁴. En 1982, leur évolution voit naître le jeu de plate-forme, et les premiers personnages iconiques réutilisés : Mickey, Popeye mais aussi Donkey Kong et Mario (apparus sur arcade en 1981). C'est l'ancêtre de la DS.

Naissance de la culture geek

Cette modernité est distinctive, culturellement, générationnellement, mais aussi et surtout socialement. En 1982, le SMIC mensuel est d'environ 3 000 FF⁵. Une Game and Watch coûte alors environ 325 FF, une console Atari 2600 plus de 1800 FF et chaque jeu 350 FF. En comparaison, un bateau pirate Playmobil vaut 229 FF, un vélo de course 662 FF. Le jeu vidéo possédé est clairement un loisir pour famille aisée, ou qui demande des sacrifices. Les autres doivent se contenter des bornes d'arcade, encore populaires et où se retrouvent les



↑ *Tilt* n° 1, Éditions Mondiales, Septembre 1982.



↑ *Joystick* n° 1, Sipress, janvier 1990.

mêmes jeux et personnages. Au vu de ces budgets, beaucoup de jeux sont alors plus connus que joués, la culture partagée côtoie l'expérience personnelle.

Cette génération partage cette culture dans les premiers magazines consacrés au jeu vidéo : *Tilt* (1982-1994), *Generation 4* (1988-2004), *Joystick* (1988-2012), *Consoles+* (1991-2012). On y trouve des tests, des interviews et aperçus des USA, des petites annonces, des aides à la programmation et surtout des codes pour améliorer les jeux ou pour tricher, des « cheats codes ».

Cette culture et cette industrie trouvent alors un écho sur grand écran, à travers deux films très différents, mais qui marquent l'époque. *Tron* (1982), produit par Disney, se déroule dans l'industrie du jeu vidéo, et devient mythique pour ses scènes dans lesquelles les acteurs « vivent » les jeux vidéo de moto notamment. En quelque sorte, c'est un miroir de la projection opérée sur le joueur de jeu vidéo. L'année suivante, *Wargames* (1983, John Badham), thriller de guerre froide pour teenagers, fait d'un adolescent joueur et « geek » le héros, capable de pirater la sécurité américaine autant que d'éviter une guerre nucléaire, en jouant à OXO. Ces deux films renvoient aux jeunes ce qu'est le jeu vidéo : produit par des adultes et étroitement lié au progrès informatique, utilisé et maîtrisé par des jeunes, futurs maîtres d'un monde où les adultes sont des « boomers », dépassés.

Car ces années 1983-1985 voient l'émergence de la micro-informatique grand public, qui va provoquer le krach de l'industrie des consoles américaines. En France même, les Amstrad CPC 464 se vendent à un million d'exemplaires, offrant aux jeunes un micro-ordinateur à bas prix, simplissime à utiliser, avec possibilité de travailler le code, et de gérer des sauvegardes sur un média universel, la cassette audio. Outre une nouvelle étape d'une course à la puissance entre consoles et ordinateurs, ces machines permettent aux jeunes de modifier et même de fabriquer leurs jeux, non plus seulement d'utiliser la modernité, mais de la produire. Les supports de stockage permettent le développement de communautés d'échanges, et la copie généralisée de jeux : le piratage se développe autant que le « mod », pratique consistant à modifier des éléments d'un jeu en accédant au code et aux fichiers sources. Jeux de rôles, jeux de sport, jeux d'aventure, d'action... nourrissent une édition alimentée par une multitude de studios de tous pays, des milliers de jeux démodant les consoles américaines. En parallèle se développent les boutiques de jeux vidéo, offrant neuf, occasion, imports, jeux piratés... et fréquentées par des communautés qui se créent.

Vers un loisir grand public

C'est malgré tout en 1985, à l'apogée de cette vague, que les Français découvrent la console NES de Nintendo, l'« entertainment system », suivie en 1987 de la Master System d'un autre japonais, Sega. Suivies chez nous de la Megadrive (1990), de la SuperNES (1992), ces consoles de salon, trois fois moins chères que les consoles américaines, font persister une troisième manière de pratiquer le jeu vidéo, à côté de l'arcade et de la micro-informatique. Ce modèle de jeux fermés sur cartouche, peu piratés, et leurs gammes de personnages iconiques, reste très enfantin.

À ce duopole nippon des consoles répond celui, américain, de la micro-informatique, dominée par le modèle PC et l'Apple, qui amène au début des



↑ Gameboy, Nintendo, 1989. (BnF, Gallica Collection Charles Cros.)

Jeux : Tetris, Alexey Pajitnov, Nintendo, 1989. Pokémon version bleue, Game Freak, Nintendo, 1996.

années 1990 une standardisation générale des micro-ordinateurs, des supports de disquettes, une progression effrénée des capacités. Les joueurs ont grandi, devenus lycéens puis étudiants, et ils vont utiliser les PC bureautiques également pour le jeu. Le bond spectaculaire des performances permet d'avoir des jeux longs, plus soignés, plus riches, plus beaux, s'appuyant sur les ressources de mémoire, de calculs, gérant des sauvegardes complexes, etc. La disquette marque l'âge d'or et le chant du cygne – temporaire – d'une certaine culture geek, avec un piratage généralisé que l'on nomme copie, fragilisant certains éditeurs, faisant la notoriété d'autres. Les tarifs des jeux vont alors couramment de 300 à 450 FF soit 8 % d'un SMIC net : un loisir plus que coûteux, sauf à pirater. Un jeu emblématique de ces nouvelles possibilités est *Civilization* de Sid Meier, dont les parties peuvent durer plusieurs jours, simulant des millénaires d'évolution d'empires. Les étudiants trouvent ici avec ces simulations et jeux de gestion une alternative aux nuits de jeux de rôle pour une pratique solitaire, plus aisée ! Toujours portée par la « génération X », la culture du jeu vidéo est ici, en un sens, encore plus une affaire de spécialistes et de passionnés, d'« addicts ».

Mais 1990, c'est aussi le retour surprise des consoles portables. La Nintendo Game Boy est un phénomène de société, avec plus d'un million de consoles vendues en quelques mois, au tarif de 449 FF, à peine un peu plus qu'un jeu PC. La Game Boy est portée par une campagne de publicité « Vous jouez où avec le vôtre ? » qui casse les codes et les frontières, mettant en scène adultes et références politiques (Mao, Eltsine) ou humour scatologique (jouer aux toilettes).

C'est rétrospectivement le premier signe d'un mouvement profond de la pratique du jeu vidéo, qui s'ouvre progressivement vers toutes les générations. Deux jeux sont emblématiques de ce grand écart : le *Tetris*, offert avec la console, jeu de logique et de rapidité, défi addictif, plutôt adulte, quand *Pokémon* ouvre un nouvel univers de la culture enfantine (1996), celui de la collectionnisme addictive. On ne le mesure pas encore, mais le jeu vidéo sort alors de ses niches.

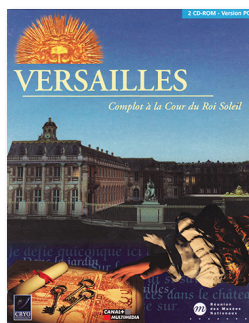


**Tron (1982),
Wargames (1983),
deux films qui
renvoient aux
jeunes ce qu'est le
jeu vidéo : produit
par des adultes et
étroitement lié au
progrès informatique,
utilisé et maîtrisé
par des jeunes, futurs
maîtres d'un monde
où les adultes sont
des « boomers »,
dépassés.**

LE TEMPS DE L'EXPANSION, LE TEMPS DES GAMERS

Les dix années suivantes sont celles d'un multiple âge d'or, qui voit une diffusion massive du jeu vidéo dans la société française, rendue possible par plusieurs paliers technologiques.

Première étape, le lancement de Windows 95 généralise un standard technique qui favorise les éditeurs en leur assurant un débouché unifié. Surtout, ce lancement s'appuie massivement sur le CD-Rom, notamment documentaire, vendant aux adultes des contenus autant que le service rendu par un PC... Il offre une plate-forme logicielle et un support garantissant la fin du piratage. S'ensuit une production massive de programmes, notamment européens.



↑ Versailles: complot à la cour du Roi Soleil, Cryo interactive, Canal+, Ecuadis, 1996.

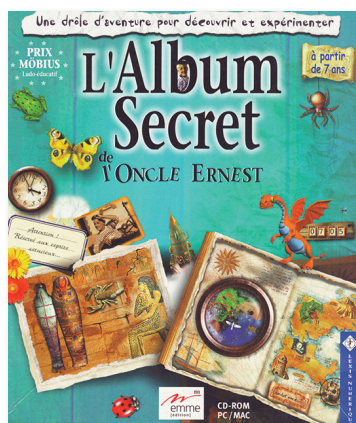
Les révolutions technologiques : le multimédia et Internet

Ce contexte technique s'accompagne extrêmement vite d'une ludification massive de cette édition. Après la production de documentaires sur Chaplin, Van Gogh, Toutankhamon..., on constate que passée la séduction de la nouveauté, le public ne suit pas. Alors que des titres comme *Versailles 1685. Complot à la Cour du Roi Soleil* (1996) jettent un pont entre jeu et contenu scientifique, l'édition multimédia, documentaire et pédagogique à l'origine, bascule dans le vidéoludique : ludopédagogique, ludohistorique, ludoartistique... la culture et l'enseignement sont pris dans une ludification généralisée. Par ce biais, c'est tant un public adulte venu du documentaire qu'un public enfantin amené par l'école qui se retrouve au contact de nouvelles approches vidéoludiques. Par contre, ce public est souvent déçu par les problèmes techniques d'installation et de compatibilité des programmes, le renvoyant à ses capacités non expertes.

Une spécificité de ce court moment est la floraison d'une éphémère French Touch du jeu vidéo, portée par des studios tels Cryo (1990-2002), Kalisto (1990-2002), Lexis Numérique (1990-2014)... sans oublier Infogrames, Ubisoft ou Gameloft. Le krach de la bulle Internet et le déclin du cédérom causent la fin de la plupart de ces structures.

Parallèlement à ce grand public, les fabricants de consoles s'appuient sur le cédérom puis le dvd-rom pour proposer une stabilité technique sans faille. Les éditeurs vont concentrer leurs jeux sur la Playstation (1994), PS2 (2000), Xbox (2001), et Wii (2006). Sony et Microsoft concentrent ainsi les pratiquants que l'on qualifie désormais de « gamers » et non plus de geeks, qui ne jurent que par les qualités graphiques, l'ergonomie, les durées et difficultés de jeux... Les jeux PC se maintiennent surtout sur des segments comme les jeux de gestion, pour des raisons d'ergonomie notamment. Des enfants aux adultes, les jeux drainent un public que l'on juge alors souvent masculin. *Tomb Raider* est un jeu symbole de cette période.

Ce public s'étend en France à partir de 1999 grâce à la généralisation d'Internet à haut débit, via l'ADSL. On joue alors en réseau, il n'est plus besoin de se déplacer, trouver un ami ou s'amuser en couple, le Net est là ! Ces usages mondialisés favorisent l'essor des jeux de sport, comme FIFA et des MMORPG (jeux de rôle massivement multijoueurs en ligne) dont *World of Warcraft* (2004). Conséquence logique, des tournois de jeux vidéo apparaissent, dans des salles temporaires imitant les meetings sportifs, comme sur le Net.



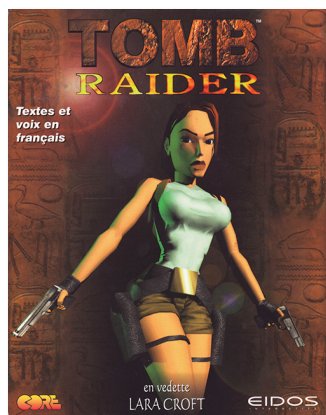
↑ L'album secret de l'oncle Ernest, Eric Viennot, Lexis numérique, Emme interactive, 1998.



↑
Playstation, Sony Computer Entertainment, 1994
(photo Evan-Amos, Wikimedia Commons).



↑
Xbox, Microsoft, 2001 (photo Evan-Amos,
Wikimedia Commons).



←
Tomb Raider, Core Design, Eidos Interactive, 1996.



←
FIFA: En route pour la Coupe du Monde 98, Electronic Arts, 1997.

Les jeux sont plus riches, plus longs, parfois plus difficiles : la pratique allonge les temps de jeu et l'investissement des gamers. Parmi les concepts populaires, les jeux d'univers étendu et de monde ouvert renouvellent la pratique des joueurs. *Grand Theft Auto III* (2001) ou la série *The Elder Scrolls* sont emblématiques de ce principe. On voit apparaître le thème récurrent des enfants et adolescents victimes d'addiction, de pratique excessive. A contrario, des psychologues comme Michael Stora expérimentent le soin par le jeu vidéo.



↑
Wii, Nintendo, 2006 (photo Evan-Amos, Wikimedia Commons).



↑
Wii sports, Nintendo, 2006.

Culture de masse

À côté des jeux de sport tous publics, les jeux de combat, de guerre, de rôle, d'aventure fleurissent en travaillant les effets spéciaux et les aspects spectaculaires, au point que la violence et son esthétisation deviennent produits d'appel. Cela provoque une réaction de la société civile et des gouvernements, qui aboutit à la création du système Pan European Game Information (PEGI) en 2003, vite adopté et généralisé.

Internet a connecté les publics et favorisé un jeu collectif, il ouvre aussi la voie des forums, des communautés qui échangent, s'aident, se racontent leurs jeux. Le jeu vidéo prend ainsi une profonde dimension de sociabilité.

Un autre aspect de cette sociabilité apparaît dans la diffusion d'une culture propre au jeu vidéo, d'un imaginaire où des héros nés de cet univers s'inscrivent aux côtés des icônes du cinéma, de la littérature, de la musique... : les sagas *Final Fantasy*, *Silent Hill*, *Resident Evil*, *Metal Gear Solid*, *Zelda*, *Mario*... et bien sûr *Pokémon* sont des exemples de ces univers qui sortent de l'écran et envahissent les conventions de fans, la JapanExpo, tout autant que les cartables, les trousseaux des écoliers. Les musiques de titres fameux deviennent des classiques jouées par des orchestres symphoniques, ainsi des *Orchestral Game music concert* japonais à partir de 1991, allemands en 2003, à Paris en 2008. Plus largement, on parle depuis 2002 de « transmedia » pour qualifier l'extension du domaine des jeux vidéo à d'autres formes culturelles. Cette culture est relayée par des chaînes de télévision consacrées au jeu vidéo, les plus notables étant *Game One* et *Nolife*.

Tout individu est un joueur potentiel

La troisième extension du public et des pratiques vidéoludiques est due à Nintendo, à travers deux révolutions, celle de la DS en 2005 et la Wii en 2006.

La première relance les consoles portables sur un segment inattendu, celui des adultes non joueurs, avec des publicités emblématiques mettant en scène Nicole Kidman, et les jeux d'entraînement cérébral du *Dr Kawashima*.

La Wii enfonce l'idée avec une pratique axée sur le geste physique, le bien-être, le jeu collectif et intergénérationnel, des enfants aux maisons de retraite, et des titres en apparence simples mais ludiques. *WiiSport*, *WiiMusic*... annoncent des formes plus festives comme *Just Dance*. Ce titre continue de faire l'objet d'événements participatifs lors de conventions.

En France, le succès de la démarche de Nintendo a été massif et a renouvelé le rapport aux jeux vidéo : plus de 6,3 M de Wii et 10 M de DS y ont été achetées, en faisant les deux consoles les plus vendues de l'histoire dans l'Hexagone. Ce succès s'appuie largement sur le casual game, jeu grand public ou pour joueur occasionnel, qui offre l'ambiance plus que la difficulté : une autre expérience vidéoludique.

Avec ces deux consoles, Nintendo touche un public qui n'avait jamais pratiqué, ne le souhaitait ni ne l'osait, et insuffle le goût du jeu vidéo bien au-delà du champ des gamers. C'est l'annonce de l'évolution la plus récente, la révolution grand public des jeux vidéo, portée elle par les smartphones.

UNE INDUSTRIE PLURIELLE ET MONDIALISÉE

La révolution smartphone

C'est dans le même temps qu'apparaissent les smartphones, téléphones intelligents, tactiles, capables d'héberger des applications (« apps ») qui viennent immédiatement se situer sur le terrain du jeu. Ces programmes légers sont peu coûteux à développer, et les studios déplacent alors massivement leur activité vers ce nouvel eldorado. L'iPhone, à partir de 2007, offre la même mobilité qu'une DS, en plus du Net et de la téléphonie.

Le smartphone s'est imposé en quinze ans, couvrant 58 % du marché du jeu vidéo mondial en 2022. En France, la même année, il couvre 26 % du marché domestique, pour 47 % par les consoles et 27 % pour le PC. Cette variété des supports induit la multiplicité des pratiques de jeu et des profils de joueurs.

Dix-sept ans après la sortie de la Wii, le jeu vidéo se pratique toujours en maison de retraite ou EHPAD, pour sociabiliser les résidents et faire office de traitement médical ; les tournois de 3DS ou Switch autour de Mario sont organisés par les médiathèques ; il n'y a pas de convention vidéoludique sans espace de jeu, concours, etc. ; les transports en commun ont toujours leurs adeptes de *CandyCrush Saga* (2012) et autres jeux casual ; on croise encore dans les rues des groupes de joueurs de *Pokémon Go* (2016)... ces jeux s'emmènent partout, se pratiquent par fractions, ils incitent à la découverte et à la rencontre dans ce dernier exemple : ce sont des jeux sociaux, au public massivement adulte.

L'iPad (2010), tablette tactile connectée, offre les mêmes potentiels qu'un smartphone, mais tient plus de la centrale multimédia que d'un support de jeu, car s'y mêlent les histoires à lire, écouter, les musiques, le dessin, et donc les jeux. Il demeure à ce jour un segment de niche.



↑ *Pokémon Go*, Niantic, 2016.



↑ Jeu conçu pour la console Nintendo Switch, commercialisé à partir de 2017.



↑ Le système d'évaluation des jeux vidéo Pan Européen Game Information (PEGI) adopté en 2003 informe sur l'âge minimum conseillé pour chaque jeu commercialisé.



↑ *Pokémon écarlate*, *Pokémon violet*, Nintendo, 2022.



↑ ↗
Écarlate et Violet, la nouvelle extension du Jeu de cartes à collectionner Pokémon, illustrations de Haru Akasaka.

→
Ready Player One, réal. Steven Spielberg, Warner Bros, 2018.



Vers l'infini et au-delà

Parallèlement à ces ouvertures créées par les nouveaux supports, les systèmes de jeux continuent de se diversifier, entraînant de nouvelles pratiques qui là encore touchent à une sociabilité et à l'impact du réseau. D'abord les jeux «bacs à sable» illustrés par la vague *Minecraft* (2011), qui voit des foules de joueurs construire paysages et bâtisses comme avec des Lego, publier leurs réalisations, s'associer pour reproduire une chaîne de montage... Profondément addictif, c'est encore un jeu «sans limite» et sans objectif précis, qui pousse au concours et à la comparaison autant qu'à l'entraide... et le jeu le plus vendu de l'histoire. Partageant certaines caractéristiques, *Fortnite* (2017) permet d'affronter une communauté sans limite dans des cycles de *Battle royale*, avec des compétitions en ligne régulières et des événements qui en font un compagnon (addictif) du quotidien. Ces jeux s'appuient sur deux principes qui se généralisent : le micro-achat d'options et d'accélérateurs de jeu d'une part, et les fonctionnalités d'enregistrement et de diffusion des parties.

Car parallèlement à ces développements grand public, Sony et Microsoft rivalisent pour étendre l'univers des gamers. Le slogan de la PS4 est ainsi «This is For the players» complété par «Divided in battle, united in play». Au-delà de la course à la puissance des PS3 (2006), PS4 (2013) et PS5 (2020), Xbox360, One ou Series aux mêmes dates, de l'introduction de la réalité virtuelle, les machines deviennent des outils pour partager : la pratique de poster des séquences de jeu sur YouTube se transforme en un jeu regardé par d'autres joueurs, chacun peut «streamer». Jouer devient un spectacle dont les joueurs sont acteurs en plus d'être héros... et ce à l'échelle de la planète, sans plus de frontières.

Ainsi s'est constitué un univers de miroirs, appuyé tant sur l'actualité que sur la nostalgie du retrogaming : les youtubeurs racontent et montrent, les streamers ou twitchers jouent en direct et commentent, les joueurs oscillent entre ces positions, créent des communautés sur des serveurs Discord, s'engagent dans des compétitions, ligues... Le film *Ready Player One* (2018) donne à voir la synthèse totale de ces mouvements, dans cette anticipation où les



↑ Minecraft, Majong Studios, 2011. Construction d'un château.

frontières de la vie réelle et la vie ludique se brouillent. Il donne aussi à voir, à travers la quête des « easter eggs » (messages ou objets qui se produisent ou apparaissent après qu'on a exécuté une commande non documentée ou exploré un endroit caché de la carte du jeu), la culture commune de ces communautés, et il est simultanément le bilan, le manifeste et la prophétie de la sphère vidéoludique.

Pratiqués en France par 95 % des enfants et adolescents, par 2/3 des adultes, et encore 41 % des retraités, les jeux vidéo ne sont plus depuis longtemps l'apanage d'une génération. Les millenials, Y, Z et Alpha ayant hérité de la passion de leurs parents (X), alors que les baby-boomers rejoignaient leurs enfants (X) dans cette pratique. Occasionnelle, régulière, acharnée, experte ou innocente, les pratiques varient en chaque joueur, selon chaque jeu, au fil de la vie. Que ce soit sur console, PC, tablette ou smartphone, on joue comme un gamer, on diffuse des « let's play » – des parties de jeu filmées et commentées – on assiste à des sessions de streaming, on concourt en e-sport, on commente et on échange en simultané sur des forums... ou on persiste dans la traditionnelle solitude du joueur face à l'IA. Le jeu vidéo a ainsi connu bien des évolutions en France comme dans le monde, il ne peut se résumer, mais c'est la plus récente des pratiques culturelles et il génère, comme la littérature, le cinéma, la musique, son patrimoine, ses classiques, ses mythes et l'attente de sorties, ses événements. En 2023, ce sera le *The Legend of Zelda : Tears of the Kingdom*, suite du fascinant *Breath of the Wild*, ou l'aventure toujours renouvelée d'une princesse sauvée par un Link, et d'un monde infini caché derrière les pixels, comme une métaphore de la promesse du jeu vidéo. ♦

Avis de jeunes joueurs

Qu'est-ce que tu aimes dans le jeu vidéo ?

Thomas, 11 ans : Ce que j'aime, c'est le côté immersif et créatif des jeux vidéo : avoir l'impression d'être à la place du personnage. Moi, je joue à *Minecraft* et j'aime bien ce genre de jeu, car j'ai l'impression de pouvoir tout créer !

Ada, 13 ans : Le fait de se mettre dans la peau d'un autre, de pouvoir choisir sa vie et sa personnalité.

Wandrille, 15 ans : L'émotion et l'émerveillement à travers les personnages et le monde qui t'entoure, titanesque dans *Shadow of Colossus*.

1. Publicité Odyssey, 1973 : <https://youtu.be/r5kd1bRFRJM>
2. <https://www.ina.fr/ina-eclaire-actu/1977-l-arrivee-en-force-des-jeux-video-a-la-maison>
3. Charles Hamblett et Jane Deverson, *Generation X*, New York, Fawcett, 1964
4. <https://www.ina.fr/ina-eclaire-actu/video/cpb8205116303/les-jeux-electroniques>
5. https://www.persee.fr/doc/estat_0336-1454_1983_num_154_1_4738
6. https://afjv.link/file_server/afjv_download/2023/essentiel-jeu-video-marche-2022.pdf