

Université de Montréal

**Créer ou produire un jeu vidéo?**  
**Étude ethnographique d'un milieu de production**  
**vidéoludique montréalais**

par  
Yann Pineault

Département d'anthropologie  
Faculté des arts et sciences

Mémoire présenté à la Faculté des études supérieures  
en vue de l'obtention du grade de maître ès sciences en anthropologie

Août 2014

© Yann Pineault 2014



## Résumé

Le jeu vidéo est un produit qui ne cesse de gagner en popularité alors que les expériences ludiques tendent de plus en plus à se diversifier. Les recherches académiques sur l'objet vidéoludique se sont multipliées dans les dernières années afin de comprendre les particularités du nouveau média, surtout en ce qui concerne l'analyse du produit lui-même et sa réception, mais laissant peu de place à sa création et sa production.

Montréal est un lieu idéal pour étudier le médium : en peu de temps, l'industrie du jeu vidéo est devenue l'un des fleurons industriels québécois. La présente étude s'est intéressée aux développeurs de Montréal, ville où se situe la plus grande partie des studios au Québec, afin de connaître leur perception du produit vidéoludique et de l'industrie. Au travers d'une perspective phénoménologique, un séjour ethnographique a été effectué dans un studio de production vidéoludique où plusieurs développeurs ont été observés et interviewés.

Ce travail s'inscrit dans une anthropologie du travail et rend compte de la complexité qui émerge lorsqu'un travail essentiellement créatif vient se heurter à des motifs de production strictes. Plus encore, il rend compte d'un paradigme opposant directement la création et la production dans un milieu qui se présente comme une avenue prometteuse pour une jeunesse désirant vivre d'un travail créatif. Cette condition est attribuable à la nature du jeu vidéo lui-même qui se situe, selon Kline, Dyer-Witheford et De Peuter (2003), à mi-chemin entre la culture, la technologie et les visées commerciales (marketing).

Les développeurs se trouvent donc entre deux eaux : d'un côté ils sont influencés par la culture du jeu, relevant de leurs pratiques, leurs préférences et des communautés de développeurs et, de l'autre côté, par l'industrie qui dicte les façons de faire et viennent selon eux minimiser leur potentiel créatif.

**Mots-clés** : anthropologie du travail, ethnographie, création, production, industrie du jeu vidéo, villes créatives, structuration, culture

## **Abstract**

The video game is increasing in popularity as the ludic experience is diversifying. Within the last few years, it became the research field of many academics trying to understand the new media either by studying the game itself or its reception. However, they put aside its creation or production which is an important part of the cultural product.

Montreal is an ideal place to study the video game since it rapidly became one of the most valued sectors in Quebec's industry, and because most of the studios are in Montreal. This research focus on Montreal's game developers and their vision of the product and the industry by using a phenomenological approach. Data were collected through an ethnographical fieldwork where many developers were observed and interviewed.

This study inserts in an anthropology of work and focus on the complexity that emerges when creative work encounters productive work. We elaborate a paradigm opposing creativity and productivity in a workplace that is seen to be essentially creative for a youth wanting to be creative. The video game's nature can explain this situation since it is directly influenced, as Kline, Dyer-Witheford et De Peuter (2003) argued, by culture, technology and marketing.

Developers occupy a space that is primarily influenced, on the one hand, by their culture, practices, and the developers' community but, on the other hand, they need to subscribe to the industry's constraints and way to do a game that diminishes their creative potential.

**Keywords** : Anthropology of work, ethnography, creation, production, video game industry, creative cities, structuration, culture

## Table des matières

Résumé .....	i
Abstract .....	ii
Table des matières .....	iii
Introduction .....	1
<b>Chapitre 1 : L'étude du jeu vidéo</b> .....	9
1.1 Des études interdisciplinaires .....	10
1.2 Vers la formation d'une discipline ? .....	14
1.3 Une approche socio-anthropologique .....	17
1.4 Retour à la case départ : l'industrie du jeu vidéo .....	22
<b>Chapitre 2 : Épistémologie et méthode : entre <i>paidia</i> et <i>ludus</i></b> .....	31
2.1 Éléments d'épistémologie anthropologique .....	31
2.2 Méthodologie .....	35
2.3 Analyse et présentation des données .....	43
<b>Chapitre 3 : Les développeurs et le jeu vidéo</b> .....	46
3.1 Rapport au jeu vidéo .....	46
3.2 Parcours .....	52
3.3 Profil .....	55
<b>Chapitre 4 : Évolution et structuration de l'industrie</b> .....	60
4.1 Profil de la scène montréalaise : Montréal, ville créative? .....	61
4.2 Faire un jeu : visées, défis et savoir-faire .....	71
4.3 Courte mise en situation .....	82
<b>Chapitre 5 : Entre créativité et production</b> .....	88
5.1 Le modèle tripartite .....	89
5.2 L'évolution du développeur et du travail de création .....	101
5.3 Valorisation, mouvement et communauté .....	107
5.4 Pérennité de Montréal : un espace créatif? .....	115
Conclusion .....	123

Bibliographie .....	129
Annexe 1 : exemple de questionnaire utilisé dans les entrevues en français .....	i
Annexe 2 : exemple de questionnaire utilisé dans les entrevues en anglais.....	iii

*À ma famille*

## Remerciements

J'aimerais d'abord remercier ma famille : Dominique, Gilles et Mélissa pour votre soutien tout au long de mes études, autrement dit, des multiples crises existentielles qui ont ponctué mon parcours universitaire! Merci à toi, Sophie, d'avoir pris la relève et cru en moi durant la réalisation de ce travail, même dans les moments les plus ardues où je n'y croyais plus. L'anthropologie (et le travail ethnographique) nous pousse sans cesse à une inconfortable remise en question et on ne saurait réduire l'importance du support moral dans la réalisation d'un tel travail. Ce mémoire, je vous le dédie.

Merci à mes directeurs : M. Lanoue, pour votre disponibilité durant tout le temps de la réalisation de ce travail, mais aussi pour m'avoir aidé à pousser mes réflexions toujours plus loin, même si cela m'a coûté beaucoup de jus de cerveau; et Laurent, même si tu m'as dit être fou d'étudier ce sujet, pour avoir en bonne partie rendu possible cette recherche. Merci à mes amis Mathieu et Aude pour nos nombreuses discussions et avec qui j'ai pu partager mes joies et méandres académiques et à Carl Therrien pour la relecture et l'inspiration que tu m'as donnée à étudier le jeu vidéo.

Bien que je ne puisse pas vous nommer formellement, j'aimerais remercier les personnes du côté de l'entreprise étudiée qui se sont montrés intéressées et qui ont permis la réalisation de mon travail de terrain. Merci à tous mes informateurs d'avoir partagé votre expérience avec moi; j'espère que ce travail saura miroiter, mais surtout respecter ce dont vous m'avez fait part.

Enfin, merci à tous ceux et celles qui, bien qu'éloignés des propos de mon travail, ont cru en moi (même lorsqu'ils me posaient LA question que redoute tout étudiant en anthropologie : pour faire quoi?). Je pense à Carole et Alain, mais aussi à ma belle-famille, merci à vous!

## Introduction

Le jeu vidéo a toujours fait partie de mes loisirs favoris. Mon enfance a notamment été bercée par ces images interactives 8 bits<sup>1</sup> qui laissaient présager le meilleur dans cette quête d'immersion qui était alors le nerf de la guerre de l'industrie vidéoludique. Avec les années, j'ai vu le statut du médium se transformer alors que l'internationalisation de l'industrie a ouvert ses portes à de jeunes développeurs montréalais. Qui aurait pensé qu'une vingtaine d'années plus tard, l'industrie du jeu vidéo serait un employeur rêvé pour une gent adolescente qui a vécu catharsis, fantasmes ou tout simplement plaisir (cela dépend de la manière dont on qualifie l'expérience elle-même) devant leurs écrans<sup>2</sup>? Plus qu'un employeur, l'industrie du jeu vidéo montréalaise est vue avec fierté comme l'un de nos secteurs forts au Québec, créant des produits «bien de chez nous». On peut sans doute affirmer qu'une véritable culture vidéoludique s'est formée autour de ce phénomène technologique, ce qui en fait un objet intéressant à étudier en soi. Elle vient de surcroît éclairer la réalité sociale et les aspirations d'une génération dont les traits n'ont été que grossièrement tracés.

Ce mémoire naît bel et bien d'un intérêt et d'un questionnement personnel; l'adolescent que j'étais cherchait à créer pour s'émanciper des obligations du quotidien et n'envisageait pas faire un travail routinier sans la possibilité de mettre de l'avant ses propres idées. C'est le fait d'une génération venant de la classe moyenne à qui on a miroité une myriade de possibilités, qu'elles se soient avérées réelles ou non. La conception du travail se trouve alors transformée au travers d'un facteur générationnel; bien que l'on remette en question les effets réels sur le marché du travail de

---

<sup>1</sup> Le bit est la plus petite unité de mesure en informatique; sa valeur peut être de 0 ou 1. Le nombre de bit constitue donc le nombre de combinaisons possibles que peut effectuer un processeur. Le passage le plus significatif fut celui de la génération de consoles 8 bits à celles 16 bits.

<sup>2</sup> À cet effet, voir l'ouvrage *Pourquoi la fiction?* de Jean-Marie Schaeffer publié aux éditions Seuil en 1999, où l'auteur se questionne sur les fondements philosophiques de la fiction.

la génération Y (Pralong 2010)<sup>3</sup>, il n'en demeure pas moins que le concept des Y en soit un symboliquement fort. Il est notamment garant d'une jeunesse qui veut avant tout s'émanciper dans son travail, ou du travail tout court, en le redéfinissant comme un jeu duquel on peut toujours se détacher. Cette génération veut faire ce qu'elle aime dans la vie dit-on, quelque chose qui lui ressemble au quotidien et qui est susceptible de l'incarner. Elle a notamment fait un passage massif vers l'informatique au sens large et vu naître plus récemment le web 2,0 avec ses blogues et réseaux sociaux. Ceux-ci permettent de mettre de l'avant du contenu personnalisé, en créant d'une certaine façon une identité sociale individualisée se voulant miroiter l'individualité des usagers<sup>4</sup>.

Un concept selon moi émerge de l'utilisation de ce qu'on saurait appeler les «nouveaux médias», soit la création, qui s'articule autour d'une pratique hautement individualisée qui permet de renforcer le «soi». De façon générale, les études sur les communautés de joueurs suivant la tradition des *Cultural Studies* (qui nous évaluons plus loin), ont démontré la complexité de l'interaction avec le produit vidéoludique que l'on ne saurait limiter à une pratique passive ou aliénante; elles révèlent plutôt l'existence d'une culture participative (Jenkins 2006). Il n'est donc pas surprenant que ces mêmes jeunes se soient vus extasiés lorsqu'ils pouvaient entrevoir la possibilité de travailler dans le milieu du jeu vidéo avec les programmes de for-

---

<sup>3</sup> Selon l'auteur, les effets attribuables à l'arrivée de la génération Y sur le marché du travail relèvent plutôt de récits de managers que d'une réalité observable. Ces effets (pensons notamment à un détachement du milieu de travail et le changement fréquent d'employeur), seraient plutôt attribuables à la socialisation des individus qu'à un effet générationnel. Cependant, mon point ici s'intéresse plutôt à la façon dont on a caractérisé cette génération que ses effets réels sur le marché du travail.

<sup>4</sup> Le passage du web 1.0 au web 2.0 au début des années 2000 atteste d'une démocratisation des outils et interfaces de création web. En ce sens, le web était autrefois beaucoup plus statique et ce passage en est un qui facilite la génération de contenus chez les internautes au travers des espaces pour laisser des commentaires qui se sont multipliés sur les sites web (alors qu'il était auparavant centralisé). C'est donc la venue d'un web participatif incitant la création de communautés virtuelles dont les réseaux sociaux est le principal achèvement en termes de génération de contenus personnalisée.

mations dédiés, désormais à leur portée, mais aussi valorisés. Plus encore, ils pouvaient espérer faire un travail qui en apparence n'en avait pas l'air et ce, avec un salaire élevé. Seulement, cette façon de créer à laquelle aspirent de nombreuses personnes est-elle réalisable sur le marché du travail contemporain et local? C'est une question que les sciences sociales gagneraient à mieux cerner puisque si ma génération affiche un rapport différent vis-à-vis le travail que celles précédentes, le milieu du travail organisé change lui aussi, mais tout en perpétuant, selon Boltanski et Chiapello (2011), le même esprit capitaliste. En ce sens, une anthropologie du travail est susceptible de nous éclairer sur la question pour mieux comprendre ce que signifie le travail, terme recélant une certaine ambiguïté, pour les individus de différents groupes d'appartenance. Ce travail est en une esquisse puisqu'il s'intéresse directement aux développeurs de jeux vidéo et à la façon dont ils conçoivent leur travail.

Il s'agit d'une prémisse culturelle importante puisque l'étude d'un milieu qui se veut créatif et branché<sup>5</sup>, comme c'est le cas du jeu vidéo, nous démontrera qu'une séparation et une tension persistent entre l'espace créatif et productif; entre l'imaginaire voulant exprimer le désir d'individualité tel que ce dernier s'est concrétisé au début du web 2.0 et les pratiques qui sont de plus en plus conditionnées par une réalité mercantile internationale et complexe. En ce sens, on peut voir la création comme une pratique individualisée et autonome permettant l'épanouissement et le renforcement du soi qui ne cesse de se fragiliser dans un espace mondialisé; elle s'oppose à une pratique brute de création, qui elle est plutôt l'affaire de la production. Cette dernière est plutôt vue comme une pratique encadrée qui se déploie autour de contraintes dans un marché compétitif que nous évaluerons en détail plus loin. Cette

---

<sup>5</sup> Nous le verrons dans le chapitre 4, la venue de grands joueurs dans l'industrie du jeu vidéo était symboliquement garante d'un renouveau économique permettant à la jeunesse montréalaise d'aspirer à des emplois correspondant à leurs attentes comme à leurs valeurs. Le contexte était celui d'une récession économique et l'avenue des nouvelles technologies était vue comme une porte de sortie pour cette jeunesse qui se voulait éduquée, mais qui se vouait à un avenir incertain.

étude rendra compte de ce paradigme au sein même d'une entreprise de création industrielle, où on verra qu'il subsiste chez les développeurs une tension lorsqu'ils portent un regard sur leur rôle dans cette industrie. Au-delà de sa manifestation au sein du milieu étudié, j'espère démontrer au lecteur que ce paradigme est susceptible d'éclairer une part de la conception du travail et des aspirations des jeunes professionnels.

Ce mémoire permettra donc de cerner les conditions de créativité des développeurs de même que les contraintes qui en émergent. Je crois que cette perspective est susceptible d'apporter un éclairage nouveau à l'étude du jeu vidéo dans son ensemble puisqu'elle a été quelque peu mise à l'écart jusqu'à maintenant. Aussi, elle permet un survol de la question de la persistance d'un imaginaire créatif dont l'étude des processus de création en milieu entrepreneurial pourrait à première vue nous laisser croire qu'il est aujourd'hui dépassé, ou réduit à un procédé technique parmi tant d'autres dans la production d'un jeu. Cet éclairage vis-à-vis l'objet vidéoludique est anthropologique puisqu'il s'insère dans l'étude des dynamiques de la mondialisation et surtout des formes de résistance locale et individualisée, et nous verrons qu'un tel regard sur l'objet permet de mettre en évidence la complexité du jeu numérique, qui évolue dans une orbite globalisée et donc difficilement cernable.

Les connaissances ici développées ne sauraient se limiter qu'à un champ d'études centré sur l'objet qu'est le jeu vidéo; elles attestent d'un regard porté sur la création et le statut de créateur dans un milieu industriel. Ce point est essentiel afin de bien cerner le propos de ce travail puisque je m'intéresserai à différents aspects de la culture vidéoludique (le produit, l'industrie, les développeurs, etc.). Cette recherche part donc du produit vidéoludique de façon large pour éventuellement converger, à l'instar d'une spirale, à ce qui me semble être la principale contradiction dans cette industrie, soit une opposition entre des pratiques libres et individuelles (créatives, ludiques) et des pratiques contraignantes et régulées (corporatives et productives). Nous verrons que des pressions s'exercent respectivement du côté de la culture vis-à-vis le marché global et qu'une tension se construit par le fait même dans le milieu

de production qui doit les gérer afin de produire un jeu qui saura plaire à un plus grand public. Cette démarche est imputable à l'approche épistémologique et méthodologique que j'ai décidée de suivre dans ce travail et que je qualifierai dans le chapitre qui y est dédié. En présentant mes données d'une façon que je juge phénoménologique, j'espère rendre compte de la réalité des développeurs, notamment en ce qui concerne leur propre conception du jeu vidéo et de leur position dans le processus de création.

Le jeu vidéo n'est pas un objet d'étude traditionnel en anthropologie, qui s'intéresse plutôt à des groupes bien ciblés et parfois de petite envergure. Bien que je m'intéresse plus spécifiquement aux développeurs de jeux, je ne prétends pas que mon étude en soit une «des développeurs de jeux» à l'instar d'ethnographies d'antan qui se voulait refléter la réalité de groupes restreints. Comme nous le verrons, le but de ce travail est de mieux comprendre le phénomène vidéoludique qui fait désormais partie intégrale de la culture populaire, voire urbaine et branchée de Montréal. Nous verrons qu'il s'agit d'un phénomène qu'on ne saurait comprendre en ne se limitant qu'à l'analyse des produits eux-mêmes; celui-ci s'articule autour de vecteurs culturel, technologique et de marché (Kline, Dyer-Witheford et De Peuter 2003). Cette étude s'inscrit dans un courant anthropologique qui s'intéresse à des objets d'études difficilement localisables, mondialisés, dont la substance même dépend de plusieurs facteurs qui sont d'ordres sociaux, économiques et culturels. Afin de réaliser cette étude, j'ai évalué que la meilleure méthode consistait à effectuer un séjour ethnographique dans un studio montréalais développant des jeux vidéo pour y faire de l'observation participante et des entrevues. La question initiale en était des plus simplistes : comment les développeurs de jeux conçoivent-ils leur travail et donc le jeu vidéo lui-même dans un contexte culturel local? Le but était donc de procéder de façon inductive afin de pouvoir mettre en perspective les témoignages de différents acteurs de l'industrie vidéoludique face à la littérature sur le sujet. Comme nous le verrons, c'est une avenue qui s'est avérée fertile afin de saisir les conditions de création d'un jeu vidéo vue par ses créateurs, ce qui nous permet de mieux cerner les

débats qui ont lieu au sein de l'étude du jeu vidéo, qui sera l'objet du premier chapitre de ce travail. En effet, au cours des dernières années, plusieurs disciplines universitaires se sont intéressées au jeu vidéo, autant au niveau des études cinématographiques que des *Cultural Studies*, en passant par le management et la communication. J'y ferai donc un compte-rendu des différentes approches afin de placer la présente étude sur un échiquier qui n'a que peu intéressé l'anthropologie jusqu'à maintenant. Nous verrons qu'il est désormais impératif de mettre de l'avant les développeurs afin de mieux comprendre l'incubateur dans lequel prennent forme les productions vidéoludique, notamment dans le but d'avoir une vision large d'un produit globalisé. Dans le second chapitre, j'explicitai la méthode utilisée de même que les prémisses épistémologiques qui ont dirigé cette étude; ce sera aussi l'occasion de démontrer ce qu'une anthropologie de la contemporanéité peut apporter à la discipline malgré ce qui peut ressembler à une distanciation des problématiques habituellement abordées dans la discipline.

Le troisième chapitre lance l'enquête dans le milieu du jeu vidéo en s'intéressant directement aux concepteurs, desquels je tenterai de dresser un portrait. Cela nous permet de comprendre quelles sont les ambitions des individus et ce qui les ont amenés à travailler dans ce milieu. Nous verrons que le rapport qu'entretiennent les différents individus face à leur travail change selon leurs motivations respectives et que cette réalité en est une qui se veut plurielle. Aussi, les développeurs viennent de milieux qui sont pour la plupart différents, mais on voit progressivement apparaître un phénomène de professionnalisation, où les tâches comme les exigences de l'industrie sont de mieux en mieux définies. L'interdisciplinarité fait donc place à la spécialisation accrue des développeurs et les trajectoires tendent par le fait même à s'homogénéiser.

Le chapitre 4 s'intéresse d'abord à l'industrie d'un point de vue historique; ce retour nous permettra de mieux comprendre ce comment l'industrie a évolué dans le temps pour devenir ce qu'elle est aujourd'hui. Définir la façon dont s'est implantée l'industrie en sols montréalais est nécessaire pour comprendre la façon dont les acteurs

interrogés conçoivent l'industrie. La seconde partie s'intéresse plus précisément au studio observé pour y cerner les buts poursuivis comme les contraintes qui en émergent selon mes informateurs. Connaître les contraintes de production d'un jeu nous permet de mieux cerner les défis en place qui sont susceptibles d'affecter l'élan créatif des développeurs puisqu'on peut ici parler d'un processus de rationalisation, pour emprunter l'expression de Tschang (2007), qui affecte la créativité au sens large. En fin de chapitre, je me permets une mise en situation afin d'illustrer la façon dont les échanges s'effectuent au travers des différentes disciplines sur un même sujet. On verra ici qu'il s'agit d'un ordre négocié au sens où les points de vue doivent converger malgré leurs visions respectives du projet qui, à première vue, peuvent sembler divergentes.

Le cinquième chapitre en est un plus analytique; j'y cible directement l'opposition qui émerge entre création et production, paradigme central de cette recherche. Dans un premier temps, j'évalue comment les aspects technologiques, marketings et culturels interinfluencent respectivement la création des jeux à l'instar du modèle développé par Kline, Dyer-Witthford et De Peuter (2003), qui met de l'avant la relation serrée entre ces trois vecteurs qui viennent structurer la mise en marché comme la réception des jeux. La réalisation de ce terrain m'a permis de tester ce modèle théorique qui s'est avéré représentatif de la situation de l'industrie, mais qui nécessitait quelques nuances en ce qui concerne directement les développeurs. Nous verrons comment cette triade se retrouve directement dans le discours des développeurs et comment ceux-ci doivent négocier avec ces aspects respectifs. Par la suite, je m'intéresse à la question de la valorisation du travail des développeurs, où je suppose que l'image du développeur s'est transformée dans le temps en passant de l'individu créatif, marginal et volant de ses propres ailes à celui de développeur corporatif travaillant dans une grande entreprise. On voit alors émerger chez les développeurs une vision idéalisée du travail créatif qui atteste d'une certaine nostalgie, où la créativité était le moteur des productions de l'époque (surtout dans les années 80 et la première moitié des années 90) avant que l'industrie se structure autour de

piliers corporatifs. Nous verrons par le fait même apparaître, au cours de chapitre, une véritable valorisation du jeu indépendant qui occupe une niche de mieux en mieux définie au sein de l'industrie du jeu vidéo. Cela nous emmène en troisième partie de ce chapitre, où je m'intéresse à ce qu'on saurait appeler la communauté de développeurs et au mouvement; nous verrons que l'industrie, en tant que milieu corporatif, induit certains comportements des développeurs qui les poussent à bouger d'une compagnie à l'autre. Deux rapports se créent alors : le premier est celui du travail effectué en entreprise et l'autre est en lien avec le statut de créateur et la passion pour le médium. Il s'agit donc d'une avenue dont disposent les développeurs afin d'atténuer la tension qui émerge entre la volonté de créer et le travail de commande. La fin de ce chapitre en est une qui se veut provocatrice puisque je me questionne sur la pérennité de l'industrie du jeu vidéo montréalaise. Seront donc présentées les différentes visions qui ont émergé de mes entrevues pour aboutir à une certaine incertitude; l'industrie est relativement immature et on ne sait pas comment l'écosystème montréalais évoluera dans les prochaines années.

# Chapitre 1 : L'étude du jeu vidéo

(et non les études du jeu vidéo ou *video game studies*)<sup>6</sup>

Au travers de ce chapitre, je n'entends pas faire un historique exhaustif des études vidéoludiques<sup>7</sup>, mais plutôt situer la présente étude vis-à-vis un corpus grandissant duquel on ne peut désormais plus se détacher. En effet, après la lecture d'un bon nombre de travaux portant sur le jeu vidéo, j'estime que plusieurs d'entre eux attribuaient un certain «statut de nouveauté» à l'apparition du média. Cette apparition a rapidement éveillé les sens des tenants d'un certain enthousiasme technologique qui s'est empressé de rejeter les outils d'analyse déjà établis par les différentes disciplines pour prôner une nouvelle façon de faire. Du côté académique, pensons notamment aux nouvelles formes de socialisation qui ont intéressé la sociologie et l'anthropologie, aux nouvelles possibilités fictionnelles et immersives liées à la jouabilité qui ont intéressé les études cinématographiques et littéraires, ou bien aux nouvelles dynamiques managériales dans les entreprises de production des jeux vidéo qui ont intéressé le management, que nous verrons ici. Cela est sans parler de la réaction des pairs et professeurs lors de la proposition d'un projet entourant le jeu vidéo! Dans la quête d'un directeur pour diriger cette étude, plusieurs professeurs m'ont avoué ne rien connaître du jeu vidéo et avaient ainsi des doutes sur l'aide qu'ils pourraient m'apporter. Une question intéressante s'élève ici, soit celle de la position du chercheur par rapport à ce «nouvel objet». Il est pertinent de se demander si les outils méthodologiques et théoriques développés lors d'études précédentes sont en mesure de rendre compte de cette réalité qu'on a souvent caractérisée de

---

<sup>6</sup> À travers ce chapitre, j'entends faire une distinction entre les études du jeu vidéo (traduction littérale de *video game studies*), qui se présente comme un champ d'études et l'étude du jeu vidéo, qui regroupe les recherches sur le jeu vidéo qui ne s'inscrivent pas directement dans ce précédent champ. Nous verrons ici qu'une approche et des concepts particuliers émergent des études du jeu vidéo.

<sup>7</sup> Notons certaines tentatives du côté de Frans Mäyrä (2008) ou Vinciane Zabban (2012).

«nouvelle». C'est donc aux différentes façons de concevoir le jeu vidéo comme objet d'étude que s'intéressera le présent chapitre.

Or, je crois qu'une approche centrée sur un certain enthousiasme de la nouveauté n'est plus valable vu le nombre de travaux qui ont été publiés, mais surtout l'état des connaissances qui s'est approfondi. Cela va de même pour une discipline comme l'ethnologie dont les objets peuvent parfois laisser place à une certaine candeur, à l'instar d'un romantisme qui a de moins en moins sa place dans l'académie. Les connaissances se sont développées autour de certains grands thèmes et axes de recherche avec des assises disciplinaires que certains sauront critiquer. Je tenterai ici de les présenter, afin de démontrer qu'elles s'inscrivent dans un contexte particulier qui n'a cependant pas été fécond pour l'étude des entreprises elles-mêmes dans les sciences sociales. En revanche, la présente étude démontrera ce comment une étude du milieu de production est susceptible d'éclairer différents pans dans l'étude du jeu vidéo, notamment dans la mesure où l'on s'intéresse à un produit affichant de nombreuses facettes.

## 1.1 Des études interdisciplinaires

«S'il y a une chose que me rend très fier du *Video Game Theory Reader 2*, c'est son annexe. Celle-ci se compose d'une quarantaine de théories, de disciplines et de méthodes qui peuvent être utilisées dans les champs des études du jeu vidéo.» (Perron 2010: 24)

Un point de départ, puisqu'il en faut bien un, pourrait se situer au niveau des études génériques sur le jeu lui-même, je pense aux désormais classiques de Huizinga (1988) et Caillois (1967). Ces ouvrages sociohistoriques furent utilisés maintes fois comme assise théorique puisqu'ils avaient le mérite, respectivement,

de définir ce qu'est le jeu et son application culturelle puis classifier les différents types de jeux. Les deux auteurs voyaient par le fait même un certain potentiel explicatif en utilisant le jeu pour mieux comprendre les différents aspects de l'organisation sociale, comme quoi il serait possible de mieux connaître une culture ou société en étudiant sa façon de jouer (ou de concevoir le jeu).

On commence à retrouver des travaux portant sur le jeu vidéo dans les années 1980, mais c'est à partir du début des années 1990 que l'on saura tracer des lignes directrices. On retrouvait déjà des ouvrages académiques sur les jeux de sociétés comme sur les jeux de rôles, mais le jeu vidéo comme phénomène social n'a pas été véritablement étudié à ses débuts et cela est en partie dû au statut de jouet et de mode passagère qu'on lui a attribué au début des années 80. Si l'industrie a eu un essor au début des années 80, elle tombera lors du krach de 1983, alors que l'innovation avait laissé place à la mise en marché de jeux de piètre qualité qui ont désintéressé les consommateurs. En effet, l'aspect innovant du jeu a su populariser les bornes d'arcades dans les centres récréatifs et les consoles au niveau domestique et l'industrie a donc tenté de tirer avantage au maximum de cet enthousiasme. Le résultat fut la production massive de jeux médiocres vu les mises en marché beaucoup trop rapides. Il faudra attendre la veille des années 90 pour revoir l'industrie fleurir de façon à ce que le phénomène ne soit plus attribuable qu'à un effet de mode<sup>8</sup>. Notons aussi que les jeux de l'époque, malgré leur statut de nouveauté, n'offraient que peu

---

<sup>8</sup> L'histoire du jeu vidéo a été traitée dans différents ouvrages d'ordre journalistique tels que Kent (2001) ou Donovan (2010), s'intéressant notamment à l'aspect anecdotique de la production des jeux, mais aussi de façon critique dans l'ouvrage de Kline, Dyer-Witthford et De Peuter (2003) par exemple. L'aspect historique du jeu vidéo prend désormais de l'ampleur alors que le médium était surtout basé sur des prémisses technologiques; on pouvait alors dire que le jeu vidéo n'a pas d'histoire. Ne serait-ce que du côté des jeux indépendants où différents genres désuets refont surface, mais aussi de la conservation, où le jeu prend un aspect patrimonial. Du côté de l'académie, des chercheurs comme Carl Therrien étudient la façon dont les produits étaient présentés dans la presse de l'époque, mais aussi comment la jouabilité a évolué dans le temps. Cette avenue de recherche est susceptible de mieux nous faire comprendre la façon dont s'est actualisée l'industrie et les produits offerts à ce jour.

de possibilités au niveau immersif et ne laissaient pas entrevoir les jeux complexes qui allaient progressivement se développer du côté des ordinateurs et des petites initiatives de distribution qui prendront place suite au krach. Selon Vinciane Zabban (2012) dans sa rétrospective historique des *video game studies*, on retrouvait aussitôt une tension entre les approches formelles et culturelles parmi les différents travaux publiés. La première s'intéressait alors à la simulation et aux possibilités d'apprentissage par le contenu des jeux et la seconde, aux espaces culturels (ou ce que l'on pourrait appeler grossièrement sous-cultures) créés par ce genre de pratiques, que l'on pouvait déjà apercevoir au travers de la pratique des jeux de rôle. Cette tension perdure encore aujourd'hui comme nous le verrons au cours de cette revue de la littérature.

Pratique que l'on juge alors méconnue, on retrouvera en France des ouvrages comme celui de Pierre Bruno (1993), qui vise à faire comprendre aux parents la nature des jeux vidéo, ou celui des frères Le Diberder (1993), s'intéressant plutôt à ses rouages culturels et industriels. Dans les deux cas, on tentera de légitimer la pratique vidéoludique autour d'une analyse sociologique visant la démystification de ces «nouveaux produits». Ce type de légitimation est une tentative de réponse à la panique morale qui entourait dès lors les thématiques abordées par le jeu vidéo de l'époque<sup>9</sup>. Cette panique n'est pas le propre du nouveau support, mais de l'apparition d'un nouveau média en tant que tel, comme nous l'a montré l'histoire du cinéma (Blanchet 2008). Dans la mesure où les nouveaux médias offraient de nouvelles possibilités de représentation et que les thématiques privilégiées étaient en contradiction avec les valeurs morales en place, on a vu émerger de nombreux groupes de pressions (ou entrepreneurs moraux si l'on s'en tient à la définition d'Howard Becker) critiquant les films hollywoodiens comme les jeux vidéo à leur époque respective. C'est donc dans ce climat de remise en question que naissent bon nombre

---

<sup>9</sup> Cet aspect ne sera que peu considéré dans cette étude, j'encourage donc le lecteur à consulter un article que j'ai écrit sur le sujet au <http://ypineault.com/discoursjv.html> ou à lire l'article d'Olivier Mauco(2008) en bibliographie.

de publications au début des années 90 et ce pourquoi certaines d'entre elles se verront légitimer la nouvelle pratique.

Le véritable coup d'envoi vient cependant du débat entre narratologie et ludologie qui motivera de nombreux chercheurs à définir ce qu'est l'expérience vidéoludique. D'une part, les narratologues, avec Janet Murray (1998) comme figure principale, s'intéresseront au potentiel narratif du jeu vidéo puisqu'il offre la possibilité d'interagir avec l'environnement et de prendre des décisions sur le cours des événements. On adopte ici, comme prémisse, un idéal d'immédiateté (d'après le concept de Bolter et Grusin (2000)), selon lequel les médias tendent à s'effacer pour arriver à un idéal de transparence où l'expérience fictionnelle devient plus immédiate. Ainsi, le jeu deviendra un idéal type pour ces chercheurs puisqu'il aurait la possibilité d'aller plus loin dans l'élaboration d'une histoire qu'un livre; le nouveau média sera alors traité à l'aide des outils issus des études littéraires, c'est-à-dire qu'on le considèrera comme texte. Selon cet idéal, jouer à un jeu proposerait une expérience d'autonarration inégalée dont le joueur contrôle directement le déroulement du récit.

La réplique sera rude du côté de ces chercheurs qui se sont nommés ludologues, terme qui sera popularisé suite à l'article de Gonzalo Frasca (1999), que l'on retrouve en partie dans la revue *game studies*<sup>10</sup>. Ils rejettent l'approche narratologique au profit d'un intérêt porté vers le jeu lui-même; on y stipule que l'accent devrait se situer au niveau de la jouabilité plutôt que du récit. Ces chercheurs vont tenter d'étudier la jouabilité et l'interactivité du point de vue du joueur de façon à comprendre autant que possible son expérience lorsqu'il prend part activement à un jeu vidéo. C'est dans cette trajectoire que les travaux de Caillois seront utilisés pour tenter de définir où se situe la pratique vidéoludique par rapport aux catégories créées par le

---

<sup>10</sup> Les articles se retrouvent en ligne au <http://gamestudies.org> (page consultée le 12 juin 2014)

sociologue, mais surtout pour la distinguer, dans la mesure où le jeu vidéo ne s'insère pas directement dans l'un de ces catégories.

L'approche ludologique tardera à s'imposer en France, notamment avec les travaux de Sébastien Genvo et demeurera plus sociologique et psychologique. Je pense notamment aux travaux de Laurent Trémel et de Tony Fortin (2005, 2009) qui conserveront un aspect critique vis-à-vis l'industrie, la représentation et les thématiques abordées dans les jeux. On conservera par le fait même un intérêt pour les contenus en général comme en témoigne un collectif dirigé par Pascal Lardellier (2003) sur les violences médiatiques, intérêt qui sera quelque peu mis de côté par l'approche ludologique que Fortin et Trémel (2009) qualifient de tentative de légitimation du jeu vidéo par l'académie.

## 1.2 Vers la formation d'une discipline ?

« I will therefore conclude that in order to truly benefit, and be beneficial for others, game studies needs to build up a certain kind of identity of its own»  
(Mäyrä 2009: 328)

Selon le chercheur Tony Fortin (*op. cit.*), avec qui j'ai pu m'entretenir (3 avril 2012), les *video game studies* et les théories qui en découlent s'imposent de plus en plus comme cadre d'analyse du jeu vidéo qui devient, par le fait même, transparent aux yeux du chercheur. C'était en fait le but des ludologues que de créer une discipline avec ses propres théories, concepts, voire un même langage. Le pari semble réussi puisque les ouvrages suivant cette lignée se sont multipliés en intégrant de plus en plus un même corpus de connaissances<sup>11</sup>. Toutefois, une certaine

---

<sup>11</sup> Pensons notamment aux *Video game theory reader* 1 et 2 de Perron et Wolf (2003, 2009) qui font une synthèse des théories développées sur le jeu vidéo, pour ne nommer que ces ouvrages.

contradiction semble subsister, si l'on retourne à la citation de Perron de la section précédente. La tension entre discipline et interdisciplinarité n'est pas propre à l'étude du jeu vidéo, il s'agit d'un phénomène que l'on retrouve dans plusieurs pans de l'enseignement universitaire<sup>12</sup>. Cela s'articule autour du fait qu'une démarche interdisciplinaire se centre avant tout sur l'objet d'étude, moins que la posture, qui est le propre d'une discipline.

L'exemple de la mineure en études du jeu vidéo à l'Université de Montréal est un cas intéressant à étudier dans cette optique, d'autant plus qu'il s'agit du premier programme universitaire de la sorte au Canada. Inauguré à l'automne 2011, ce programme est greffé au département d'Histoire de l'art et d'études cinématographiques; c'est d'ailleurs un groupe de chercheurs issus des études cinématographiques qui ont orienté leurs travaux vers le jeu vidéo qui ont pris en charge les nouveaux cours, sous l'initiative de Bernard Perron<sup>13</sup>. Il s'agit d'un programme visant l'étude du jeu de façon académique moins que pratique dans le but d'en faire de la recherche ou donner un bagage aux étudiants voulant prendre part à l'industrie<sup>14</sup>. L'approche enseignée dans les cours, que l'on retrouve aussi dans les travaux de recherche des enseignants au sein du groupe Ludiciné<sup>15</sup>, en est une inspirée des études cinématographiques que l'on saurait rapprocher des *video game studies* telles que présentées plus haut. Seulement, l'approche cinématographique y est centrale et le jeu y est étudié au travers d'une continuité médiatique tout en relevant les nouvelles possibilités emmenées par le nouvel art. Il est normal que le film agisse à titre de référent lorsqu'on veut étudier formellement le jeu vidéo; l'influence du cinéma

---

<sup>12</sup> J'ai traité la question de façon plus large dans un précédent travail : <http://ypineault.com/disciplinesuniv.html>

<sup>13</sup> J'ai moi-même suivi trois des six cours jusqu'à présent disponibles. J'ai profité de cette expérience pour faire un travail de nature ethnographique sur l'institutionnalisation du programme, voir : <http://ypineault.com/inst.html>.

<sup>14</sup> <http://admission.umontreal.ca/programmes/mineure-en-etudes-du-jeu-vidéo/> (Page consultée le 19 octobre 2013)

<sup>15</sup> <http://ludicine.ca/> (Page consultée le 19 octobre 2013)

y est palpable et a donné lieu à de nombreuses publications (notamment Krzywinska 2002, Blanchet 2009).

Ce programme exemplifie bien la tension qui existe désormais entre discipline et interdisciplinarité lorsqu'on veut étudier le jeu vidéo. Bien qu'il s'agisse d'un programme d'études du jeu vidéo, il n'en demeure pas moins qu'on cherche à examiner l'expérience du joueur au travers l'étude formelle des jeux vidéo (au sens de la production elle-même), à l'instar de l'expérience cinématographique. On se demande par exemple ce qui rend un jeu amusant, les émotions qu'il suscite, voire les procédés techniques et sémantiques qui créent certaines réactions chez le joueur. Cela a pour effet d'exclure certaines approches qui ont été élaborées sous d'autres attaches disciplinaires, mais qui méritent une place dans un tel programme, voire dans un champ d'étude, qui porte le nom d'étude du jeu vidéo. Plus encore, si l'on s'intéresse aux méthodes utilisées par les tenants des études formelles du jeu vidéo, celle-ci se centre tout particulièrement sur la jouabilité. On croit ici qu'il est nécessaire de jouer aux jeux pour les comprendre afin d'éviter de reproduire les erreurs méthodologiques des tenants de la panique morale des années 90 jusqu'au début 2000, qui n'avaient pour une bonne part, jamais joué aux jeux en question. L'expérience vidéoludique est bel et bien centrée autour du jeu, mais il est nécessaire de prendre en compte les joueurs qui y prennent part en tant qu'individus sous un aspect plus phénoménologique, de même que les gens qui l'ont conçu.

### 1.3 Une approche socio-anthropologique<sup>16</sup>

L'historique se corse ici puisqu'elle n'a pas été aussi clairement explicitée que dans le cas des *video game studies*. En fait, les publications y sont plus disparates et n'ont pas été structurées par un débat sur le médium lui-même; c'est ce qu'affirme Madeleine Pastineli (2011) qui croit que les nouveaux médias sont plutôt un nouveau terrain d'étude pour l'ethnographie qu'un objet d'étude en lui-même et que l'intérêt devrait se situer au niveau des questions occasionnées par ces derniers. Des questions sont bel et bien apparues, mais il semble que nous nous sommes plutôt concentrés sur les affirmations, de façon à définir ce nouvel espace virtuel. C'est ainsi que les méthodes des sciences ont été utilisées pour aborder le nouveau média malgré une certaine attache liée au concept de la nouveauté, tel que je l'ai présenté plus haut.

La sociologie française<sup>17</sup> s'est intéressée assez tôt au phénomène du jeu vidéo de façon à comprendre la nature de ces produits et leur distribution en France. Bruno (1993) tentera par exemple de comprendre les types de jeux (et systèmes de jeux) que l'on retrouve sur le marché et leur répartition selon les différentes couches sociales. Son livre tentera par le fait même de légitimer la pratique vidéoludique qui déjà avait été la cible de plusieurs associations familiales en France comme aux États-Unis, qui critiquaient la violence présente dans le contenu des jeux.<sup>18</sup>

---

<sup>16</sup> Le terme socio-anthropologie ne se réfère pas à un programme d'étude en particulier, mais au fait que seront traités sur une même base les travaux provenant respectivement de la sociologie et de l'anthropologie.

<sup>17</sup> Il convient cependant de noter ici qu'on avait déjà abordé le jeu vidéo sous un angle psychologique, de façon à comprendre les effets d'une pratique régulière sur les joueurs, positifs comme négatifs.

<sup>18</sup> Ces critiques se sont articulées autour de plusieurs jeux tels que *Death race*, *Custer's revenge*, *Raid over Moscow* ou les cas très médiatisés que furent *Mortal combat* et *Grand theft auto* qui tous deux menèrent à des audiences devant le Sénat américain, pour ne nommer que ceux-ci. Les audiences de 1993 furent les plus marquantes puisqu'elles ont donné naissance aux systèmes de classement (*rating system*) des jeux vidéo dans le but de diriger les parents dans l'achat de produits vidéoludiques pour leurs enfants. Les ouvrages

Cependant, la plupart des études qui prendront comme objet le contenu des jeux utiliseront majoritairement une approche critique. C'est dans le sillage d'une pensée marxiste, notamment celle développée par l'école de Francfort par des auteurs comme Adorno et Horkheimer (1944) autour des industries culturelles que se développera cette démarche articulée autour d'une théorie critique. Rappelons que les deux auteurs, dans *The culture industry : enlightenment as mass deception*, voient les industries culturelles comme la production de biens de masse standardisée que l'on reproduit de façon continue. Les auteurs critiquent ces industries de sorte qu'elles seraient une forme de standardisation barbare qui aurait transformé l'art en un bien de consommation, devenant commodité. Les consommateurs seraient aveuglés par la publicité qui en découle et les rendraient adeptes à de multiples besoins qui demeurent incessamment inassouvis.

Plus qu'une simple critique, cette pensée fera école et deviendra une approche théorique que l'on appliquera à l'étude des médias dits «de masse» ou de façon plus large à l'étude de la culture populaire. Au niveau du jeu vidéo, on s'attaquera surtout aux thématiques abordées dans les jeux, pensons notamment à la violence, la sexualité ou la misogynie qui sont omniprésentes depuis le moment où le médium s'est doté de la possibilité d'en faire la représentation. *Digital Play* (Kline, Dyer-Witheford et De Peuter 2003) est l'un des aboutissements les plus complets utilisant cette approche théorique puisque les auteurs ne se sont pas contentés de dénoncer le contenu des productions vidéoludiques. Ils ont tenté de mettre en contexte l'objet de leur critique en créant un modèle tripartite de façon à comprendre l'expérience vidéoludique. Celle-ci découlerait de la technologie, nécessaire à la mise en place du médium, du marketing, inhérent à l'industrie du jeu vidéo de façon à mousser sa popularité et la culture, celle des joueurs qui ont des attentes vis-à-vis ces produits. Un exemple utilisé par les auteurs est ce qu'ils appellent une masculinité militarisée,

---

de Steven L. Kent (2001) et Tristan Donovan (2010) sur l'histoire du jeu vidéo donnent par le fait même une place importante à ces débats dans l'histoire du jeu vidéo.

concept rendant compte des thématiques abordées dans les jeux. Ce serait notamment la mise en place de technologies de plus en plus performantes qui permettrait de créer des jeux de plus en plus attrayants au niveau de l'immédiateté de l'expérience. Ces productions se résument souvent à des thématiques similaires qui sont proposées sur le marché puisqu'elles vendent et ont fait leurs preuves; ce sont des valeurs sûres. En retour, les joueurs en redemandent puisque c'est le type de jeu auquel ils sont habitués de jouer. En effet, «*interactive game designers and marketers, starting from an intensely militarized institutional incubator, forged a deep connection with their youthful core male gaming aficionados but failed or ignored other audiences and gaming options*» (*ibid.* : 247). C'est une vision qui semble être partagée dans certains pans de l'industrie du jeu vidéo où l'on valorise de plus en plus le jeu indépendant, mais où l'on se questionne sur la possibilité d'élargir ces productions à un public plus large. Lors de l'événement *Game colloquium : experiencing stories with/in digital games* en 2011, David Cage, fondateur du studio *Quantic dream*, affirmait que le jeu vidéo était comparable à l'industrie de la bande dessinée au sens où elle n'a pas encore su s'ouvrir à un public allant au-delà des *fans* ou des *gamers*. Notons que le jeu occasionnel (pour *casual game*) prend une place de plus en plus grandissante dans l'industrie vidéoludique, mais la question des contenus n'a pas été aussi développée, d'autant plus que le contenu et le scénario sont ici secondaires dans ce type de productions.

On reprochera à cette approche critique des contenus d'homogénéiser son objet d'étude; la pratique vidéoludique ne saurait être réductible à une simple ligne de force, comme l'ont explicité les auteurs de *Digital Play* et il convient de prendre en compte la réception des produits culturels. C'est l'approche qui sera proposée par certains tenants des *cultural studies* qui veulent dégager le sens que les joueurs font des jeux à l'instar d'un texte qu'il est possible d'interpréter. Tout comme dans l'approche critique, on s'intéressera au contenu, mais dans une perspective qui s'avère plus analytique et comparée que critique. Ce sont donc les prémisses théoriques qui changeront et il sera possible de dénoter un caractère compréhensif dans ce genre

d'études, qui se concentreront sur des objets moins larges comme les productions elles-mêmes ou des groupes d'utilisateurs plus restreints. Henry Jenkins (2006) s'intéressera notamment à la réception des productions culturelles dans le but de comprendre le sens qu'en font les *fans*. Loin d'être des automates qui consomment naïvement, ce dernier postule que les gens font sens des productions qui leur sont proposées allant même jusqu'à recréer l'expérience à leur façon. Ce dernier donne l'exemple des *trekkers*, ces amateurs de la série Star Trek qui recréent des scénarios alternatifs qu'on nomme *fan fictions* mettant en vedette les mêmes personnages en leurs extrapolant des traits de caractère. Un exemple récurant se retrouve dans les scénarios où l'on crée une relation amoureuse entre les personnages Spock et capitaine Kirk qui est absente dans la série originale. Il tente ainsi de critiquer les commentaires péjoratifs présents à l'encontre des *fans* qu'on croit passif pour mettre de l'avant leur potentiel créatif. Matt Hills (2002) s'insère dans une même lignée alors qu'il revoit de façon critique les analyses qui ont été élaborées sur les *fans*; notamment dans l'usage du terme de culte comme métaphore au religieux pour décrire leur expérience. Ce rapprochement a souvent pris une tournure péjorative et s'inscrit dans une perspective voyant (entre autres) les joueurs sous une certaine passivité, mais cette fois absorbés par un monde virtuel qui vient combler une insatisfaction face à la vie de tous les jours et où ils trouveraient de nouveaux repères, tel que l'affirme Maxime Coulombe (2010). Selon ces prémisses, il est donc normal qu'on ait tenté de rapprocher les mondes virtuels des espaces religieux, notamment au travers de la notion du rite<sup>19</sup>.

D'un autre côté on verra se développer une approche se situant à mi-chemin entre la sociologie que j'ai décrite plus haut et les *cultural studies*. Faisant suite aux études sur les jeux de rôle, les sociologues ont vu un nouvel objet d'étude potentiel dans le nouvel espace que fut le jeu vidéo en ligne. Les auteurs ont supposé, en portant un

---

<sup>19</sup> J'ai tenté de comparer la dimension rituelle au jeu vidéo dans un article précédent, qu'on peut retrouver au [https://www.academia.edu/3292758/Entre\\_jeux\\_video\\_et\\_rites\\_article\\_](https://www.academia.edu/3292758/Entre_jeux_video_et_rites_article_)

regard sur ce «nouvel espace», une nouvelle socialisation et c'est ce qu'ils ont tenté d'étudier. L'un de ces espaces est notamment ce qu'on appelle l'*e-sport*, pour «sport électronique», où des auteurs comme Philippe Mora (Trémel, Mora et Fortin *op. cit.*) ont tenté de comprendre la hiérarchisation et la dynamique qui s'instaure dans le milieu du jeu vidéo compétitif. Ce dernier a tenté de comprendre la différenciation qui s'opérait entre le jeu compétitif des élites et celui des joueurs qui venaient par plaisir dans les grands LAN (*local area network* ou réseau local). Il était donc intéressant de se demander si une activité aux abords agonistique comme peut l'être un jeu de stratégie en temps réel pouvait s'apparenter à un sport puisque la structure qui l'entoure est susceptible de prendre la même forme (entraînement, compétition, prix, etc.)<sup>20</sup>. Cependant, cet accent mis sur une certaine «nouvelle» socialisation s'articulera surtout autour des univers virtuels, ou plus particulièrement les jeux de rôle en ligne. Plusieurs disciplines s'intéresseront au phénomène du *Massive multi-player online role-playing game* (MMORPG) comme le démontre notamment le collectif publié autour du groupe de recherche *Homo ludens* basé à l'Université du Québec à Montréal (UQÀM) (Perraton, Fusaro et Bonenfant 2011). Les questions d'identité, de rapport au monde et de langue entre autres, deviendront des sujets centraux au travers de ces études.

C'est surtout à ce niveau que les anthropologues entreront dans la partie alors que des auteurs comme Tom Boellstorff (2010) vont tenter de créer une distance vis-à-vis le ou les mondes virtuels étudiés (*Second Life* dans le cas du précédent auteur) à la manière dont le faisaient traditionnellement les anthropologues. Un guide a d'ailleurs récemment été publié traitant des particularités de l'ethnographie des mondes virtuels sous la forme de méthodes et de particularités à considérer lorsque l'on

---

<sup>20</sup> Notons que j'évacue ici un débat opposant sport et jeu, à savoir : le sport est-il un jeu? Pour le sociologue Roger Caillois ce serait le cas puisque le jeu s'étend à une multitude d'activités. D'un autre côté, le sport est avant tout compétitif, physique et les opposants ne disposent pas des mêmes chances, malgré que les règles sont toujours les mêmes. Si nous admettons la différence, la question demeure épineuse si l'on tente de déterminer la position de l'*e-sport* en tant que jeu ou sport.

prend part à un tel terrain d'étude (Boellstorff et al. 2012). Ces ouvrages sont souvent structurés comme les ethnographies d'antan, soit en séparant les différentes sphères du social, à l'instar de l'anthropologie culturelle américaine ou de la *social anthropology* fonctionnaliste, dans le but de mettre à jour cet espace qu'on jugeait méconnu. Cependant, c'est à ce niveau qu'on saurait prendre en défaut ces ethnographies du 2.0, puisqu'ils semblent n'apporter que peu d'informations pour ceux et celles qui connaissent ces univers ou qui y prennent part. Les données présentées s'apparentent souvent à ce que Bourdieu appelait le «sens commun» en sociologie et ce genre de travaux n'a pas réussi, selon moi, à élaborer des connaissances d'ordre anthropo-sociologiques. La question est très actuelle au niveau des études ethnographiques alors que l'on remet en question moins la méthode que la position du chercheur, où les objets qu'il étudie ne relèvent plus autant de l'exotisme; il doit donc jouer carte sur table et faire face à l'agentivité des acteurs qu'il étudie.

## 1.4 Retour à la case départ : l'industrie du jeu vidéo

J'ai présenté les différents courants qui ont traversé l'étude du jeu vidéo (moins que les études du jeu vidéo, comme le souligne le titre de ce chapitre) pour deux principales raisons. La première vise à souligner l'hétérogénéité des objets de recherche qu'on risque d'englober sous une seule appellation si l'on ne garde pas une certaine rétrospective des écrits. La seconde, qui sera élaborée dans cette section, pour mettre accent sur un pan du jeu vidéo qui a selon moi été négligé par les sciences sociales et a surtout été abordée, quoique marginalement, par les sciences managériales. Je démontrerai ici que la science managériale a apportée d'intéressants outils d'analyse, mais que l'anthropologie serait à mon avis en mesure d'effectuer une analyse fine et complémentaire, de façon à mieux comprendre la culture entourant la production de ces jeux.

Des auteurs comme Kline, Dyer-Witheford et De Peuter avaient effleuré le sujet en traitant des stratégies marketing de l'industrie, mais peu de chercheurs se sont aventurés dans l'industrie pour en comprendre les ressorts et particularités. Encore moins se sont attelés à comprendre la réalité des développeurs face au jeu vidéo et au travail de création et c'est à ce niveau que cette étude tient son originalité. Du côté des *video game studies*, on voit apparaître un intérêt grandissant pour le milieu de production, mais celui-ci demeure marginal au travers une approche que Zabban (*op. cit.*) nomme procéduraliste; celle-ci s'intéresse au *game designer* comme personne qui détermine les règles du jeu et donc définit l'expérience du jeu. Dans cette optique, le *game designer* devient l'acteur le plus apte à comprendre une production vidéoludique. Ceci nous amène à nous poser une question méthodologique centrale, à savoir : peut-on réellement comprendre l'expérience vidéoludique sans en connaître le fond, c'est-à-dire le logiciel qui vient structurer l'expérience du joueur? Cependant, on ne connaît pas vraiment mieux le personnel qui crée le jeu vidéo, malgré l'espace important qu'il occupe dans le cycle de vie d'un jeu, qui ne saurait se limiter à sa réception, si l'on veut en comprendre l'exhaustivité. Nous verrons donc qu'une telle vision du jeu vidéo devient vite limitée si l'on tente de cerner l'émergence de cette industrie et l'importance qu'elle revêt désormais à Montréal.

C'est donc en management qu'on se rapproche le plus d'une telle compréhension de l'industrie. Plusieurs études ont été effectuées à Montréal autour de l'École des Hautes Études commerciales (HEC) et du groupe de recherche Mosaïc<sup>21</sup>, dirigé par Laurent Simon et Patrick Cohendet. On s'intéresse ici au management de la création et de l'innovation, à savoir comment est-il possible de créer sur une base régulière au travers de mesures pratiques. Leurs recherches s'inspirent des travaux qui ont été effectués sur la créativité en entreprise, champ qui s'est récemment imposé dans le domaine du management puisque cette dernière devient une donnée de plus en plus active, et donc considérée dans les activités des entreprises. Theresa Amabile est

---

<sup>21</sup> <http://mosaic.hec.ca/>

l'une des personnalités les plus connues dans le domaine de la créativité en milieu entrepreneurial et publie régulièrement depuis la fin des années 70. Dans un article de 1983, elle fait le constat que la créativité est généralement considérée comme un trait de personnalité que l'on retrouve chez les individus et propose en revanche qu'elle serait plutôt le fait d'habiletés cognitives, d'un environnement social propice et finalement de caractéristiques personnelles.

Dans cette optique, la créativité sera progressivement considérée comme un processus sur lequel il faut se pencher, notamment en tentant d'opérationnaliser ce dernier. Woodman, Sawyer et Griffin (1993), au travers d'une revue extensive de la littérature, proposent une approche interactionniste de la créativité, où, suivant en partie la ligne directrice proposée par Amabile, ils stipulent : «[...] *that creativity is the complex product of a person's behavior in a given situation*» (ibid. : 294). Ces comportements proviendraient de la personnalité, des conditions antécédentes, d'habiletés cognitives, de motivations, etc. Quant à l'environnement, les auteurs croient qu'il est dynamique et que des «*feedback loops*» se mettent en place entre les niveaux individuels, de groupe et organisationnels. Ces trois niveaux disposeraient donc de conditions respectives nécessaires à la créativité qui s'actualisent de façons distinctes, mais qui demeurent constamment en interaction. Les dés sont donc lancés, il semble que la créativité ne saurait se limiter qu'à une entreprise individuelle et qu'il faut voir plus loin; c'est la piste qu'emprunteront notamment Laurent Simon et Patrick Cohendet, pour ne nommer que ceux-ci.

En effet, la création n'est plus seulement le fait de petits groupes isolés, mais tend à prendre de l'envergure au sein de grands projets comme c'est le cas dans l'industrie du jeu vidéo. C'est ce qu'affirment Drazin, Grynn et Kkazanjan (1999) au travers de leur *sensemaking perspective*; la créativité ne serait plus simplement un «résultat» (pour *outcome*), mais un processus à part entière. Ce processus en serait un de négociation entre les différentes communautés dans l'entreprise, nous éloignant d'une vision fonctionnaliste de l'entreprise, où les parties seraient séparées dans une

complémentarité indirecte permettant aux projets de prendre vie. Cette approche de *sensemaking* prend en compte l'agentivité des acteurs, à l'instar du concept développé par Anthony Giddens. En effet, les individus disposeraient d'un cadre intra-subjectif au sein duquel ils créeraient une «carte de cause à effet» et leurs décisions se positionneraient en fonction de celle-ci. À ce dernier, viendront s'opposer d'autres cadres qu'on dira intersubjectifs. Ceux-ci sont relatifs aux différents postes occupés, positions, idéologies ou paradigmes. L'intérêt est ici de noter que les différences entre ces cadres intersubjectifs sont susceptibles de mener à des solutions divergentes, pensons par exemple à la dyade opposant les métiers techniques et administratifs. Un équilibre devra ensuite être trouvé afin d'établir un compromis politique qui viendra diriger les activités créatives de l'entreprise. Des crises peuvent cependant survenir lorsque l'une des deux factions se voit remettre en question son cadrage respectif. Les auteurs parlent notamment de problèmes liés à la fonctionnalité, où le produit ne correspond pas aux normes ou attentes, au prix, où les gestionnaires doivent procéder à une réorganisation qui influe sur la créativité, et au temps, lorsque le management s'incruste encore une fois dans les activités créatives. Selon les auteurs, «*It has been over 15 years since Amabile (1983) introduced her book on the role of context in generating creativity. Since then, multilevel theories on organizational creativity have appeared*» (ibid. : 300). Enfin, on croit ici qu'il faut étudier la relation entre le niveau macro, donc les structures en place, et le niveau micro, soit l'agentivité des employés qui font sens des contraintes auxquelles ils font face.

Ces précédents éléments sont intéressants puisqu'ils nous emmènent au-delà d'une vision formelle de l'entreprise duquel la créativité ne serait qu'une valeur parmi tant d'autres. Simon et Cohendet (2007) mettront de l'avant la notion de communauté de spécialistes dans l'industrie du jeu vidéo, où il n'y aurait pas d'autorité rigide, mais surtout une interaction qui va au-delà de frontières étanches. Selon les auteurs, qui se basent notamment sur une étude ethnographique précédente de Simon (2002), on dirigerait la création, mais on créerait aussi des «*slack*» afin de laisser aller le

potentiel créatif des travailleurs. En effet, tous les espaces de l'entreprise ne sont pas directement liés avec des visées de marché; certains ont pour but de créer des idées et des connaissances et les communautés d'employés dialoguent constamment avec le monde extérieur à l'entreprise. Cet aspect est lié au statut de ville créative que l'on a attaché à Montréal, que nous verrons plus loin. On croit donc à une approche dite «*bottom-up*» puisque les producteurs sont en bonne partie des *gamers*<sup>22</sup>. Cependant, cet aspect est susceptible de créer des conflits entre les communautés (notamment entre producteurs et gestionnaires), puisque le but est avant tout de créer un jeu pour le marché de masse. Il faut donc régir la créativité des communautés informelles au travers de dimensions hiérarchiques telles que le scénario comme ligne directrice, mais aussi par la standardisation des interfaces de travail. Autrement dit, il faut structurer les activités de création sans l'anéantir, ce qui va à l'encontre des schémas théoriques, où les communautés ne devraient pas dialoguer et conserver une hiérarchie stricte. Dans l'industrie du jeu vidéo, on fait face à une nouvelle façon de penser la création; une dynamique doit s'instituer entre le niveau micro et macro dans l'entreprise et les communautés doivent conserver une certaine rétroaction (pour *feedback*). Cependant, nous verrons que ces aspects sont difficilement conciliables puisque les processus de productions semblent être de nature intrinsèquement différente que ceux relevant de la création si l'on s'en tient aux propos tenus par les développeurs.

Ainsi, en parlant de communautés, les auteurs soulignent que la création s'étend au-delà des murs du studio de production, comme le notaient Woodman *et al.*, sauf qu'ils vont plus loin que le niveau individuel ou environnemental. Dans un article subséquent, Cohendet, Grandadam et Simon (2010) s'intéressent aux villes créatives, au travers de l'idée développée par Richard Florida au début des années 2000. Ceux-ci croient que la littérature démontre bien ce qu'est la classe créative, mais

---

<sup>22</sup> Notons ici la portée de l'expression *gamer* : celle-ci fait une distinction entre le joueur moyen (qu'on dit «*casual*» en anglais et le joueur aguerrit (ou «*hardcore*»).

que «l'anatomie de la ville créative» reste à faire et c'est ce qu'ils tentent de faire en étudiant les milieux créatifs que sont l'industrie du jeu vidéo, chez Ubisoft, et du cirque, avec le Cirque du Soleil. La littérature traite surtout des agglomérations industrielles qui relèvent des interactions entre firmes et institutions dans l'apparition d'innovations, mais mettent de côté les milieux créatifs. Dans cette optique, les idées proviennent d'en dehors des *clusters*<sup>23</sup> industriels et l'on ne prend pas en compte la façon dont elles sont emmenées sur le marché. À l'encontre de ces derniers, «[...] *the forms of knowledge developed in the creative processes within creative cities are not purely scientific or industrial ones, they are also symbolic, and therefore are high context-specific and highly variable by location*» (op. cit. 2010: 93). Aussi, ces derniers sont produits à même le milieu de production et on y dénote une influence du monde informel; les communautés joueraient donc un rôle d'intermédiaire entre les individus créateurs et les institutions.

On croit donc qu'il faut aller plus loin que les organisations formelles et s'intéresser à la scène locale et, pour mieux comprendre cette dynamique, les auteurs ont créé une répartition des activités créatives sous trois niveaux : l'*upperground*, le *middleground* et l'*underground*. L'*upperground* est responsable du financement des activités de création, de la mise en marché et de grands projets de recherche et développement tout en veillant à maintenir l'interaction entre la micro-créativité (les activités quotidiennes des communautés créatives) et la macro-créativité (soit les chefs de projet). L'*underground*, quant à lui, regroupe les activités créatives culturelles et artistiques qui prennent place en dehors des milieux formels de production et s'exclut de la logique de production. Enfin, le *middleground* navigue entre le monde formel et informel et permet de lier les groupes et communautés créatives aux institutions, donc de faire un pont entre l'*underground* et l'*upperground*. L'intérêt de ce

---

<sup>23</sup> N'ayant pas de traduction représentative, j'ai choisi de garder le terme anglais. Un *cluster* est un assemblage, voire une agglomération de personnes, de firmes dans milieu donné qui produit une dynamique particulière. De cette façon, l'industrie du jeu vidéo est vue selon les auteurs comme un *cluster* pour les raisons que nous verrons.

modèle réside dans l'interaction des trois niveaux, où le *middleground* devient une courroie de transmission pour stimuler les activités *underground* comme le montrent les auteurs avec des exemples de concours et festivals dans le domaine du jeu vidéo ou des cirques intermédiaires comme Tohu, qui permettent de recruter de jeunes talents dans ces domaines respectifs. De l'autre côté, ces organisations constituant le *middleground* donnent une chance aux jeunes créateurs de joindre une industrie dynamique et prouver leur potentiel. Ces catégories permettent donc de comprendre la richesse de la culture vidéoludique montréalaise et les relations qui sont construites entre les différentes sphères de cette culture, mais il reste qu'on ne dispose que de peu d'informations sur la valorisation du travail créatif tel que perçu par les développeurs qui naviguent entre ces différentes sphères. C'est à ce niveau que le travail ethnographique peut nous éclairer, de façon à mettre en perspective la façon dont se structure cette industrie et la façon dont elle est perçue par ses développeurs.

Cela dit, l'élément clé est ici la ville créative. Si j'y reviens plus tard, à la lueur de mes observations de terrain, il est intéressant ici de cibler la manière dont Montréal fut considérée comme ville créative. Déjà, avant la venue d'Ubisoft suite à l'instauration du Plan Mercure<sup>24</sup>, on retrouvait certaines entreprises qui œuvraient au niveau de la postproduction filmique, notons par exemple Softimage qui ont mis au point l'un des logiciels les plus utilisés dans le monde de l'animation 3D et des effets spéciaux, Softimage 3D, désormais Softimage XSI. Couplés à la présence de bonnes universités, c'est ce qui aurait poussé Ubisoft à s'installer à Montréal en 1997, selon le directeur général des studios montréalais (Grandadam, Cohendet et Simon 2013). La littérature sur le sujet suppose qu'on retrouvait une dynamique particulière et des individus créatifs dans la métropole, mais il est certain que le développement de la Cité du multimédia est en bonne partie attribuable aux avantages économiques qui étaient et qui ont été mis en place. Je ne m'étendrai pas sur les avantages propres à

---

<sup>24</sup> Il s'agit d'un plan de développement élaboré par le gouvernement provincial québécois visant à attirer des intérêts étrangers dans le domaine du multimédia en offrant d'importants avantages fiscaux; nous en reparlerons plus loin.

la ville et à sa qualité de vie (coût de la vie, habitation, employabilité), mais il semble que ce soit une caractéristique fréquemment mise en évidence par les compagnies de production de jeux vidéo, ne serait-ce qu'en se basant sur leurs différents sites web<sup>25</sup>.

Le Plan Mercure, cosigné par le gouvernement québécois et Ubisoft, mais instigué par l'homme d'affaires Sylvain Vaugeois, visait la création d'une main d'œuvre montréalaise dans le secteur de la nouvelle économie (Simon 2002: 2-37). Concrètement, ce plan stipule que l'entreprise doit veiller aux investissements de base, que sont par exemple les infrastructures, les équipements, etc., et en retour, le gouvernement finance une partie du salaire des employés, jusqu'à ce qu'ils soient formés aux exigences, par exemple, du domaine de la création de jeux vidéo. Toujours en se basant sur l'historique développé par Simon précédemment cité, le gouvernement mettra en place le programme des centres de développement des technologies de l'information (CDTI) peu après l'arrivée d'Ubisoft en 1997, lequel implique des crédits d'impôts et congés fiscaux. Ces mesures contribueront ainsi à la mise en place et au succès du vaste projet immobilier de la Cité du multimédia à Montréal.

Aujourd'hui, l'industrie du jeu vidéo montréalaise révèle une certaine fierté et il semble qu'il y ait consensus sur la réussite d'une telle implantation. Plus que de nouveaux emplois, ce secteur offre de nouvelles perspectives pour les gens de ma génération qui ont grandi en consommant ces jeux, notamment au travers les différents programmes de formation reliés. Selon une étude de Technocompétences (2013), l'industrie emploierait quelque 8979 personnes au Québec, affichant une

---

<sup>25</sup> J'ai ici analysé les sites de différentes compagnies de production de jeux vidéo situés à Montréal et tous semblent mettre de l'avant la ville de Montréal comme étant un endroit dynamique et inspirant au niveau de la création. Dans tous les cas, les conditions de vie montréalaise seraient idéales pour venir s'y installer pour prendre part à la production vidéoludique. Les sites analysés sont ceux de Ludia, Bioware, Ubisoft, Behaviour interactive, Eidos et WB games (voir en bibliographie).

croissance de l'emploi de 9%, alors que la moyenne québécoise est de 0,8%. Cependant, on croit que l'implantation des grands studios tire à sa fin et on dénote quelques fermetures, ce qui porte les auteurs du rapport à croire que le taux de croissance devrait se stabiliser dans les prochaines années (tendance que l'industrie affiche depuis 2008, mais qui demeure tout de même très élevé). Ainsi, il serait intéressant de se demander, et j'y reviendrai plus loin, si Montréal comme ville créative existe réellement à ce jour ou s'il s'agit seulement d'un corpus d'emplois créé par des compagnies multinationales qui ont saisi une opportunité lorsqu'elle s'est présentée. Nous le verrons, les témoignages de mes informateurs sont à cet effet contradictoires et l'avenir seul saura nous éclairer sur la nature réelle de la «ville créative».

Enfin, j'espère avoir démontré que la littérature affiche une certaine scission entre l'étude du jeu vidéo comme produit et celle des milieux de production. D'un côté on s'intéresse à sa consommation et de l'autre aux schèmes de productions utilisées dans cette industrie, mais on n'en sait que très peu sur la condition des développeurs de jeux. Plus encore, on n'en sait que peu sur la façon dont ces derniers conçoivent leur travail et leur rapport au jeu vidéo, ce qui est pourtant fondamental, comme ils en sont les créateurs. Cette recension se doit de mettre en perspective cette étude qui se situe, autant que possible, à mi-chemin entre les deux approches sous un couvert ethnographique. Les cartes ainsi présentées, on peut ainsi mieux comprendre l'approche ici utilisée de même que la position affichée prônant la nécessité d'étudier l'industrie sans pour autant mettre de côté ce qui a été fait sur le jeu lui-même. Il est au contraire nécessaire de bien lier ces éléments de la littérature pour comprendre les observations qui suivront de manière à mieux comprendre la réalité qui m'a été exposée sur le terrain, ne serait-ce que par un souci de réflexivité, puisque ce sont bien les prémisses qui ont modulé le regard que j'ai porté envers les acteurs interrogés.

## Chapitre 2 : Épistémologie et méthode : entre *paidia* et *ludus*

Ce que permet un travail de cet ordre est un aller-retour entre un espace réglé par des méthodes bien définies et une ouverture occasionnée par ces mêmes méthodes permettant une certaine créativité. Cela est probablement le fait d'une bonne partie des mémoires de maîtrise réalisés, mais je crois que dans le cas de l'ethnographie, comme c'est le cas ici, cet aspect devient intégral à la pratique de terrain. Le courant post-structuraliste a su mettre de l'avant la pente glissante sur laquelle se trouvait le terrain de recherche anthropologique à la fin des années quatre-vingt alors que notre objet d'étude se trouve à être de plus en plus volatile. J'espère démontrer dans ce chapitre la façon dont une telle étude se situe entre ce que Caillois appelait *paidia* et *ludus*; donc respectivement entre une activité visant l'épanouissement des sens dans la fantaisie des mots et le travail discipliné, axé autour de conventions arbitraires. L'entre-deux serait évidemment le meilleur des mondes où la discipline vient encadrer une pratique qui peut encore aujourd'hui sembler frivole qu'est l'étude du jeu vidéo. Ce sont donc autour des prémisses suivantes que je me suis prêté au jeu qu'est l'étude ethnographique.

### 2.1 – Éléments d'épistémologie anthropologique

Au même titre que la méthode, qui vise la collecte de données, je crois que faire part de sa vision épistémologique est nécessaire pour créer une fenêtre sur le monde tel qu'il est dessiné, voire *designé* (pour *design*, terme mettant accent sur la construction du sens) par le chercheur. En anthropologie s'est développée une certaine sensibilité sur la façon dont les connaissances sont créées de sorte qu'il n'y a pas un paradigme qui domine les horizons ethnographiques. J'espère donc, dans cette section, faire preuve de transparence sur la nature des connaissances que je

proposerai, aspect souvent manquant dans les différents travaux en sciences humaines.

### *Une approche multisite*

Tel que l'affirme George Marcus (2002), la critique de *Writing Culture*, bien qu'elle traitait de la production ethnographique, s'appliquait intrinsèquement au travail de terrain qui est central à la discipline. C'est sous l'influence de l'interdisciplinarité (notamment des *studies* américaines) que l'anthropologie se décentrera de ses objets traditionnels, voire de son paradigme dominant et c'est ainsi qu'on verra apparaître ce que l'auteur appelle les deuxièmes terrains (*ibid.*). Ces terrains s'intéressent à des objets en mouvance aussi variés que les institutions, les organisations internationales, l'art, le marché, les médias, les migrations, la mondialisation, bref, qui ont en commun leur constitution globale qui ne peut être localisée sans en négliger une partie de leur réalité. Ce passage du premier terrain au second, qui se manifeste concrètement chez les enseignants en anthropologie, est à l'image de la transition qui s'est opérée dans la discipline qui ne se limite plus qu'au terrain traditionnel. Je partage ici l'argument de Marcus selon lequel un changement de paradigme ethnographique est nécessaire tout en gardant une certaine valeur normative, à l'instar des travaux de Malinowski et la valeur scientifique qu'il a associé à l'observation participante<sup>26</sup>.

Il me semblait donc nécessaire d'aborder une approche multisite (Marcus 2002) pour comprendre mon objet qui, si l'on se fie à la littérature présentée, s'inscrit dans plusieurs communautés. C'est la raison pour laquelle je me suis étendu sur les dif-

---

<sup>26</sup> Cette méthode avait déjà été valorisée par Boas et ses successeurs, mais Marcus fait plutôt allusion à l'aspect méthodique et normatif que Malinowski a apporté à l'observation participante, héritage l'école anglaise.

férentes approches ciblant le jeu vidéo puisque c'est à ce niveau que le travail ethnographique dit «multisite» commence. En effet, ce «nouveau paradigme» suppose qu'on ne saurait étudier notre objet dans un vase clos, comme ce serait le cas dans une étude expérimentale. Dans cette optique, mon étude se veut cerner la nature de ces communautés auquel la littérature de gestion fait allusion, d'autant plus que le terme «communauté» est une catégorie créée vide qui doit être minutieusement définie si l'on veut lui donner quelque valeur opératoire. Mon précédent chapitre agit donc ici en tant que point de départ actif dans cette étude et les méthodes utilisées lors de la pratique de terrain s'inscrivent dans cette même logique puisqu'elle tente de saisir ces éléments épars. Le concept du terrain multisite permet donc cette marge de manœuvre dont j'avais besoin en créant une distanciation face au terrain traditionnel en anthropologie, mais tout en conservant sa vision et sa façon de faire. C'est pourquoi mon but m'était pas tant d'étudier les développeurs tel un ethno dont il aurait été question d'évaluer scrupuleusement les habitudes culturelles dans une perspective relativiste; au contraire, mes observations étaient toujours liées au jeu vidéo de façon à comprendre le processus de création dans son ensemble dont les développeurs constituaient mon principal point d'accès. Comme je l'ai spécifié plus haut dans l'introduction, ce travail a été élaboré tel un ensemble de cercles concentriques, dont les différentes couches représentent différents signifiés et éclairent, par le fait même, des aspects différents d'un même objet. Ces mêmes cercles convergent, telle une spirale, vers le noyau même de cette étude, qui est le rapport entre la création et la production dans un milieu de travail organisé. Cependant, en déroulant cette même spirale, on est en mesure de mieux comprendre la façon dont ce paradigme vient réorganiser un le milieu de travail, l'industrie, voire le produit vidéoludique lui-même. Cette démarche est, selon moi, le propre d'un travail multisite.

Concrètement, cela consiste à s'intéresser aux différents espaces qui constituent l'entreprise de création vidéoludique en suivant les employés dans leurs activités quotidiennes. C'est ce que suppose l'observation participante, façon de faire chère à l'anthropologie, par l'intégration du chercheur dans un milieu donné et sur une

longue période afin d'être en mesure de saisir la dynamique en place tout en limitant les réticences que le groupe étudié peut éprouver envers ce même chercheur. Marie Buscatto (2010: 6), dans son ouvrage méthodologique sur la sociologie des organisations s'intéresse à la méthode ethnographique : « plus qu'observer des pratiques ponctuelles, l'observation met en relief les manières dont se définissent, s'articulent, se confrontent ou s'opposent, dans l'action et dans l'interaction, les différentes rationalités ou logiques d'action des acteurs évoluant dans les systèmes sociaux étudiés ». Une nuance s'effectue cependant au niveau des éléments observés : outre les interactions locales, tout devient élément d'enquête; pensons aux rapports extraentrepreneuriaux qu'entretiennent les employés avec le milieu du jeu vidéo, aux documents et informations qu'ils disposent, aux connaissances qu'ils mettent en œuvre, etc. Il s'agit donc moins de cerner strictement la dynamique interne ou organisationnelle (pensons aux rapports de pouvoir par exemple), mais aussi de saisir l'objet vidéoludique au travers l'entreprise.

Mon approche épistémologique dans ce travail est influencé par l'approche discursive de Foucault (1971) qui cherche à étudier l'émergence et l'actualisation des discours qui circulent et la façon dont ils entrent en conflit. Ceux-ci ne sont habituellement visibles que lorsqu'ils entrent en lutte et Foucault préconisera sa méthode archéologique pour en rendre compte, laquelle tente de se dissocier des savoirs habituellement implicites (lui parlait surtout de la science) pour s'intéresser à toutes formes de documentation possible (Foucault 2001: 526-532). Son but ici n'est pas de mettre de l'avant le contenu de ces discours, donc ce qui est dit, mais plutôt rendre compte du non-dit, donc ce que sous-tendent ces discours. Concrètement, cela suppose qu'il faut se détacher du discours inhérent à un objet donné pour comprendre comment il se situe en rapport aux autres discours. Cette approche influencera d'ailleurs grandement la nouvelle anthropologie, notamment Marcus dans sa conception du terrain multisite.

Toutefois, si l'éventail des données à observer sur le terrain prend de l'ampleur, on ne saura rapprocher cette façon de faire l'anthropologie à une démarche purement interdisciplinaire. Bien qu'une telle approche ait laissé ses marques sur la discipline et que le terrain, par la diversité des réalités qu'on y rencontre, mène l'enquêteur au cœur d'un complexe assemblage de connaissances, l'ethnologie conserve ses particularités comme approche. En ce sens, Jacques Hamel (2013) affirme que dans une optique scientifique, l'interdisciplinarité : «fait fi à bien des égards du découpage de la réalité qu'opère chaque discipline, et ce afin de pouvoir en rendre compte sous sa propre perspective et ainsi de produire *différentes* connaissances qui éclairent cette réalité sous différents angles».

Cela transparaît notamment lorsqu'on choisit un objet d'étude qui n'a pas de tradition dans la discipline, comme c'est le cas avec le jeu vidéo, les nouveaux médias ou de façon plus large, dans une anthropologie de la contemporanéité. Nous le verrons, l'approche empruntée ici en est une qui se veut fondamentalement anthropologique, même si elle semble s'intéresser à un objet qui graviterait normalement dans les sphères du management ou de l'économie.

## 2.2 – Méthodologie

Cette recherche s'est déroulée selon différentes étapes et méthodes distinctives. D'abord la revue de la littérature a été constituée non seulement pour récolter un maximum d'informations sur le sujet, mais surtout pour cerner une approche qui soit capable d'éclairer de façon originale mon objet d'étude. Ensuite, j'ai effectué un travail de terrain mêlant observations et entrevues durant 5 mois afin de collecter mes données de recherche. S'en suivirent l'analyse et l'écriture dont je saurai expliciter la démarche un peu plus loin.

La revue de la littérature est ici l'élément central qui vint définir l'objet de recherche élaboré dans cette étude. Elle est le travail de quelque quatre années d'exploration des écrits vidéoludiques et connexes dans le but d'en avoir une vision aussi exhaustive que possible. C'est pourquoi je me suis permis une revue critique des écrits dans le précédent chapitre; cela me semblait la meilleure façon de justifier mon approche vis-à-vis une littérature foisonnante qui s'articule désormais autour d'axes bien définis. Vis-à-vis, puisqu'aucune des approches jusqu'alors dessinées ne me permettait de répondre à mes questions initiales et combler ce que j'ai convenu d'appeler un manque. C'est pour cette raison que j'ai refusé de proposer ce mémoire au département d'histoire de l'art et d'études cinématographiques de l'Université de Montréal, où il est désormais possible de faire un programme de maîtrise avec option en études du jeu vidéo. Le pari était cependant risqué puisque même si l'anthropologie me permettait l'amplitude nécessaire, elle ne me fournissait que peu d'avenues directement empruntables dans sa littérature, en ce qui concerne le jeu ou la façon d'étudier les «nouveaux» médias. Cette revue de la littérature fut entrecoupée de plusieurs écrits réalisés dans le cadre de cours universitaires mettant en perspective différentes façons d'aborder le jeu vidéo, qu'on a jusqu'ici retrouvés au travers de quelques notes de bas de page. J'ai donc pu évaluer les limites de ces approches dans leur volonté respective de comprendre le phénomène vidéoludique en y prenant part moi-même.

J'ai commencé par explorer la littérature s'intéressant aux fans et à la culture participative pour ensuite me diriger progressivement vers le jeu vidéo, où je me suis intéressé à l'analyse formelle. Par la suite, j'ai fait un retour du côté de recherches qui s'intéressaient plutôt à l'aspect social des interactions, approche qui tend à prendre de l'ampleur du côté du groupe *Homo Ludens* et du nouveau programme de maîtrise en communication à l'Université du Québec à Montréal spécialisé sur le jeu vidéo. Par la suite, j'ai pu m'intéresser à la littérature managériale qui me fut proposée par mon codirecteur afin d'avoir une autre perspective sur l'industrie du jeu vidéo.

La seconde méthode utilisée fut celle de l'observation participante. Celle-ci a débuté avant l'entreprise même de ce mémoire alors que j'ai suivi deux cours durant l'automne 2011<sup>27</sup> qui m'ont d'abord permis de me familiariser avec l'histoire du jeu vidéo et les *videogame studies*, ou ce qu'on pourrait appeler les études formelles du jeu vidéo. Cependant, j'ai profité de cette occasion pour observer et questionner les étudiants de la mineure en études du jeu vidéo et comprendre leurs motivations<sup>28</sup>. De plus, j'ai pu assister à différentes conférences par le biais de ces cours ou plus largement de ce programme d'études nouvellement instauré. Il s'agit donc de la première étape de ce que je saurais qualifier d'observation participante; de par sa distanciation face aux thématiques qui étaient dès lors abordées pour en dégager une dynamique particulière et ses finalités.

### **Déroulement du terrain**

Le véritable travail d'observation participante s'est cependant poursuivi du côté d'une entreprise de développement de jeux vidéo à Montréal. Celle-ci a débuté le 10 janvier 2014 après une longue période d'attente et de sollicitation, j'ai alors été intégré à une équipe de développeurs au stade de préproduction. L'équipe comprenait une quarantaine d'individus, ce qui offrait un certain potentiel pour cerner les interactions, quand on sait qu'un projet peut employer plusieurs centaines de personnes. Puisqu'il s'agissait de préproduction, les employés étaient pour la plupart des gens qui cumulaient plusieurs années d'expérience dans le milieu, dans le but d'élaborer les grandes lignes qui serviront à la production globale du jeu.

L'observation s'est surtout effectuée au travers de rencontres formelles, soit des *meetings* qui avaient lieu régulièrement. J'ai pu suivre quelques personnes alors qu'ils effectuaient leur travail, mais sous des courts laps de temps. Par exemple, il

---

<sup>27</sup> Jeu 1001 et Jeu1003, tous deux donnés par Carl Therrien, alors chercheur invité, maintenant professeur adjoint au département d'histoire de l'art et d'études cinématographiques.

<sup>28</sup> À cet effet, voir le travail que j'ai effectué : <http://ypineault.com/inst.html>

n'est pas rare que j'aie suivi durant une vingtaine de minutes le travail d'employés, mais cet exercice ne pouvait s'effectuer sur une base quotidienne. Mon approche est donc différente de celle qui fut empruntée par Simon (2002) qui pouvait aller jusqu'à suivre une personne durant toute une journée, ce qui m'était impossible. En effet, une réticence était palpable chez les employés comme chez les *managers* qui craignaient une perturbation du travail en court et on m'a rapidement fait comprendre que l'entrevue formelle était préférable. Un producteur m'a d'ailleurs souligné que « contrairement à d'autres compagnies, les employés font des plus petits *shifts*, mais travaillent plus intensément », ce qui ne leur laisserait pas de temps pour répondre à mes questions.

Sans pourtant négliger les échanges directs avec certains employés qui se sont un peu mieux adaptés à ma présence que d'autres, je me suis donc concentré sur les innombrables *meetings* qui avaient lieu au sein du projet. Ici, j'ai donc eu carte blanche pour assister à toutes les rencontres d'équipe, sauf celles de production. Ces rencontres m'ont permis de comprendre comment était organisé un tel projet, mais surtout, de voir comment s'articulaient les relations entre les différentes équipes et disciplines, notamment au travers de leurs attentes respectives. La seule contrainte d'accès se situait au niveau des horaires : n'ayant pas accès au calendrier des employés, je devais donc me joindre à l'improvise lorsque je prenais compte qu'une réunion allait avoir ou avait déjà lieu. Notons que ma position est restée celle d'observateur, dans aucun cas je me suis impliqué dans les activités de conception, ne serait-ce qu'indirectement.

### **Limites**

Évidemment, toutes les personnes ne sont pas aussi accessibles, que ce soit pour des raisons personnelles, la charge de travail ou l'intérêt porté avec ma recherche. Cela constitue une difficulté évidente pour l'apprenti ethnologue qui s'est

fait miroité le fameux «*going native*» des ethnographies d'antan. Il existe une distance insurmontable entre le chercheur et ses informateurs et c'est une réalité qui fut parfois difficile à gérer et qui m'a poussé à donner une place plus importante aux entrevues. Bien sûr, cela dépend aussi des aptitudes du chercheur à s'intégrer dans un milieu non familier qui ne peuvent être apprises dans un cursus universitaire. Cela rend donc difficile l'élaboration d'un guide méthodologique à suivre pour bien faire l'observation participante et la plupart des écrits s'entendent à dire que chaque terrain entraîne une subjectivité qui lui est propre. C'est à ce niveau, selon Béllier (2002), que se situe le fondement du travail d'observation participante, soit dans la négociation nécessaire entre la théorie et les émotions engendrées par la pratique de terrain.

Le temps agit aussi comme contrainte. Surtout face à une méthode, voire une idéologie dans le cas de l'ethnologie, voulant que le chercheur s'imprègne de son milieu pour en rendre compte devant la communauté scientifique. Pour comprendre en profondeur un milieu de travail organisé et constamment en émulsion comme c'est le cas de celui du jeu vidéo, il aurait fallu suivre un projet de sa conception jusqu'à la fin de sa production tout en prenant une part active dans la création du produit, soit un processus de quelques années (ce qui n'était pas possible dans ce contexte). Ultimement, les conceptions du milieu divergeraient et seraient réductibles à des unités que sont les individus eux-mêmes, si l'on se base sur une vision phénoménologique. C'est pourquoi je me suis davantage basé sur les témoignages des individus que mes remarques personnelles, qui servaient surtout à contextualiser les propos. C'est en ce sens que l'observation fut utilisée, soit dans le but d'offrir des précisions essentielles qui auraient été absentes si je m'étais limité au contenu des entrevues.

## *Entrevues*

Des entrevues étaient prévues afin de pouvoir discuter avec des personnes qui ne seraient pas représentées par l'observation participante; je pense par exemple aux administrateurs. Cependant, comme je n'ai pu réellement interagir qu'avec une poignée de personnes, j'ai donc mis de l'avant cette méthode qui s'est avérée être un excellent outil de cueillette de données. J'ai pu obtenir des témoignages beaucoup plus réfléchis et nuancés de la sorte, alors que mes informateurs semblaient plus confortables à parler dans un environnement contrôlé et détaché du travail quotidien.

## **Procédé**

Les entrevues se sont déroulées dans la compagnie même qui dispose de salles de réunion propices à la discussion. Celles-ci étaient présentées comme des entrevues d'une durée minimale de trente minutes, mais qui pouvaient s'étendre selon l'intérêt porté par l'informateur. Le nombre d'entrevues s'étend à 16 et compte parmi celles-ci, cinq entrevues avec des acteurs ne faisant pas partie du milieu de travail (soit quatre professeurs et un ancien consultant pour l'industrie du jeu vidéo)<sup>29</sup>. Dans les faits, la durée moyenne des entrevues était d'une heure. Celles-ci ont été systématiquement enregistrées sous l'accord des interviewés, mais je n'ai pas effectué de transcrite systématique. Puisque cette méthode était jumelée à l'observation participante, et vu la méthode d'analyse utilisée, il ne me semblait pas nécessaire de faire une transcription complète, mais plutôt de sélectionner le matériel pertinent à l'analyse conceptualisante des données, que nous évaluerons plus loin.

---

<sup>29</sup> Les 16 entrevues cumulent tous près de seize heures d'enregistrement.

Vu le propos étudié et mes prémices épistémologiques, il me semblait naturel d'effectuer des entrevues semi-dirigées puisqu'elles laissent une marge de manœuvre aux informateurs pour s'approprier le sujet et l'emmener sur des avenues qui ne sont pas nécessairement envisagées par le chercheur. Une entrevue non dirigée n'était cependant pas envisageable vu le temps qui m'était alloué, mais surtout parce qu'elle ne m'aurait pas permis de cibler certaines thématiques particulières dont je voulais traiter. Notons aussi que les entrevues dites «ethnographiques» ont tendance à être moins formelles puisqu'elles cohabitent souvent avec l'observation participante. Il est arrivé à quelques reprises que des informateurs m'avouent ne pas avoir été assez concis, ou assez clairs sur ce qu'ils faisaient; ils avaient peur de ne pas m'avoir fourni les informations «voulues». Devant des questions qui leur laissaient une certaine marge de manœuvre, ceux-ci avaient tendance à prendre le contrôle de la discussion pour finalement se rendre compte qu'ils ne fonctionnaient pas selon un schéma question réponses courtes et concises, ce à quoi ils s'attendaient. Vu la nature de ma recherche, je n'aurais pas pu me contenter d'entrevues ponctuelles à l'extérieur du milieu de travail. Il m'est arrivé à plusieurs occasions de faire des entrevues qui n'étaient pas planifiées avant la journée même; je pouvais alors profiter de périodes moins achalandées pour discuter avec mes informateurs. Justement, on voyait plutôt ces entrevues comme des discussions libres et cela était le but initial pour recueillir des données qui relèvent plus de l'élaboration d'un vécu que d'une évaluation précise.

## **Contenu**

Un questionnaire a donc été élaboré et fut très légèrement modifié selon les informateurs interviewés. Cette volonté d'adapter les différents questionnaires était due au fait que certaines disciplines étaient moins bien représentées au niveau de l'observation, mais aussi parce qu'une unicité des questions n'aurait pas permis de

mettre de l'avant la spécificité de chaque personne dans une discipline et une position donnée. Aussi, l'observation fut ici complémentaire puisque m'étaient (au moins en partie) connues les personnes interviewées et leur rôle respectif dans le projet. En ce sens, je partais des connaissances que je détenais déjà sur la personne interviewée.

Les questions ont été séparées en quatre blocs respectifs<sup>30</sup> :

1) **Des questions d'ordre biographiques** étaient d'abord posées de façon à cerner le rapport qu'a entretenu l'interviewé vis-à-vis le jeu vidéo. Étaient donc considérés les premiers contacts avec le médium, mais aussi comment cette relation s'est développée avec le temps. Dans cette même section était ensuite considéré le parcours académique de la personne, de façon à comprendre ce qui l'a mené dans l'univers de la création de jeux vidéo. Des questions tentaient ensuite de suivre l'évolution de l'interviewé dans le milieu, de même que ses motifs qui l'ont mené à changer (pour la plupart) de compagnie. J'encourageais, lorsque nécessaire, la personne à aborder une approche comparée vis-à-vis ses différentes expériences de travail.

2) Dans un deuxième temps, les questions posées étaient plus précisément **en lien avec le travail effectué**. Je voulais donc savoir quels étaient les avantages et désavantages perçus à travailler dans ce milieu, de même que le rapport au jeu vidéo à ce jour, alors qu'on en est désormais créateur. La nature du poste occupé était aussi traitée, lorsque celle-ci ne m'avait pas clairement été explicitée, mais plus important encore, les défis qui y sont associés étaient discutés. Dans chaque cas, je m'attardais sur les contraintes possibles face à leurs buts respectifs, de façon à voir s'il y avait une opposition directe entre le fait de créer et produire un jeu.

3) Le troisième bloc se centrait sur la **perception de l'industrie et des jeux offerts** de mes informateurs. Je leur demandais donc comment ils voyaient l'industrie à ce

---

<sup>30</sup> Voir les exemples de questionnaires utilisés en annexe 1 et 2.

jour en ce qui concerne la diversité des jeux offert et à la possibilité de mettre sur le marché des jeux innovateurs. Ces questions ramenaient souvent les interviewés sur le type de jeu qu'ils sont en train de produire pour ensuite le comparer à leurs idéaux vidéoludiques actuels. La question de Montréal comme ville créative était aussi abordée, de façon à comprendre la façon dont les acteurs voyaient l'industrie montréalaise, autant au niveau économique que culturel.

4) Enfin, la dernière partie de l'entrevue visait à survoler **les préférences personnelles** des informateurs. Les questions portaient donc sur leurs projets à long terme, à savoir où ils se voyaient dans le futur. Dans le cas où la personne semblait dissidente face à sa position dans l'industrie, je lui demandais si elle referait le même parcours si elle en avait la chance. Lorsque le temps me le permettait, je posais des questions sur les goûts culturels de mes interlocuteurs, que ce soit au niveau de la musique, du film, de la lecture ou des lieux fréquentés.

L'usage de ces quatre blocs m'ont permis de bien structurer les entrevues, mais aussi de mieux préparer le terrain à l'analyse des données. Selon la direction que prenait l'interviewé, l'ordre des questions pouvait changer, mais dans tous les cas, chaque section était traitée. Ma capacité à diriger le déroulement de l'entrevue dépendait des individus : certains avaient la parole plus facile et ma tâche était dans ce cas de ramener la discussion autour de mes questions. Parfois, lorsque mes questions de base n'arrivaient pas à démarrer la discussion, je devais en improviser d'autres connexes qui permettaient de mettre de la chair autour de l'os.

## 2.3 Analyse et présentation des données

Une fois les données récoltées, j'en ai fait une transcription partielle au travers de plusieurs écoutes attentives; le but était ici de laisser autant que possible parler les acteurs avant de procéder à une relecture analytique. Étaient donc notées les informations qui me permettaient de mieux connaître les informateurs, de même

que leurs propres visions de ce qu'ils font, à l'instar d'une approche phénoménologique. Je partage ici la définition proposée par Paillé et Mucchielli (2012) de l'analyse phénoménologique des données d'entretien :

Concrètement, dans la situation d'analyse qualitative, il s'agit d'un appel à se tourner et à retourner vers les témoignages avec la volonté d'être instruits par eux avant de se les approprier [...]. Le chercheur va, en quelque sorte, reconstituer ce monde collectif dont chacun des acteurs n'a qu'un petit bout, bien qu'il participe à la construction totale collective. C'est en ce sens que l'on peut dire que le chercheur accède, s'il travaille bien, à une connaissance plus globale que les acteurs pris individuellement. Traversant chaque acteur grâce à son empathie, il arrive à les transcender dans une métaposition. (*ibid.* : 141)

Il serait selon moi prétentieux d'affirmer que je puisse arriver à une connaissance plus poussée que les acteurs eux-mêmes sur ce qu'ils font; le but du travail phénoménologique est ici d'apprendre de ces récits de vie pour en reconstituer un collage plus global. Cela justifie le fait que j'aie décidé d'interviewer certains acteurs en dehors de la compagnie de jeux vidéo étudiée, afin d'élargir un peu mes horizons.

Au niveau pratique, dans la présentation de mes résultats, j'ai souhaité donner une place importante à ces témoignages, notamment en citant régulièrement mes informateurs puisque les informations viennent bien d'eux. Bien sûr, pour des raisons de confidentialité, je n'ai pas pu introduire directement ces derniers à l'instar de certaines ethnographies où l'on fait part du récit de vie des informateurs. Je n'ai pu qu'emprunter leurs témoignages, mais en laissant dans l'ombre leur identité réelle. La confidentialité était ici primordiale puisqu'il s'agit d'une «petite industrie», au sens où les gens bougent beaucoup et je ne voulais pas risquer de mettre dans l'embarras des individus auprès de leurs anciens et présents employeurs ou de leurs confrères et consœurs de travail. Pour se faire, les noms ont aussi été changés et les postes occupés n'ont pas été dévoilés.

Une fois mon corpus de données établi, j'ai procédé à une analyse à l'aide de catégories conceptualisantes afin d'élaborer autour des propos recueillis. En ce sens :

Nous dirons que le chercheur mène son analyse à l'aide de catégories qui sont conceptualisantes. Après un premier examen empirique ou phénoménologique des données, le chercheur va aborder conceptuellement son matériau de recherche avec comme objectif de qualifier les expériences, les interactions et les logiques selon une perspective théorisante. (*ibid.* : 315)

L'ouvrage de Paillé et Mucchielli a pour but d'explicitier les processus de l'analyse qualitative qui sont souvent mis de côté par les chercheurs abordant une approche inductive. Ainsi, le processus par lequel passe le chercheur lorsqu'il analyse ses données pour proposer une théorisation (ancrée), n'est pas toujours explicité.

D'abord, mon processus de sélection procédait déjà à une catégorisation lorsque j'ai réécouté mes entretiens et relu mes notes de terrain : j'ai transcrit les témoignages qui semblaient le mieux qualifier le vécu de mes informateurs et donc qui révélaient un potentiel qu'on pourrait dire «catégorisant». L'opération a continué lorsque j'ai analysé mes transcriptions : le but était de catégoriser les expériences décrites, mais aussi mes observations personnelles. En ce sens, je tentais d'isoler certains aspects des réalités qui m'étaient projetées lorsqu'ils semblaient importants pour moi, mais surtout pour la personne interviewée. L'analyse s'est en bonne partie faite au travers d'un tableau, où j'inscrivais d'abord la citation, pour ensuite décrire ce qu'elle signifiait (donc l'élaboration d'une catégorie) pour ensuite l'analyser en allant puiser dans la littérature, lorsque c'était possible. La sélection du matériel présenté dans les prochains chapitres s'est faite par la suite; tout n'était aussi pertinent et certaines catégorisations n'ont donné que des culs-de-sac puisqu'ils ne se sont pas avérés utiles pour décrire cette impression globale dont je parlais plus haut. Ce fut en partie l'aspect déductif de mon travail qui visait à comparer les différentes catégories créées à une trame qui elle était plus globale, de façon à faire une sélection des faits qui s'avéraient les plus significatifs pour faire mon analyse.

## Chapitre 3 : Les développeurs et le jeu vidéo

Bien que je ne me suis pas accaparé ce qu'on pourrait appeler un «ethno», j'ai jugé nécessaire de discuter des développeurs de façon large au travers de leur rapport au jeu vidéo, leur parcours pour finalement mettre de l'avant un profil type. De façon large, ce chapitre tente de répondre à la question : qui sont ces développeurs? Cette description demeure cependant centrée sur le jeu vidéo dans son ensemble puisque mon but n'était pas d'intégrer leur quotidien, mais plutôt de saisir leur vision face à mon objet d'étude et ce qu'elle peut nous apprendre sur le produit autant que sur la culture qui en découle. En comprenant la relation qu'entretiennent les développeurs au produit vidéoludique, nous serons en mesure de cerner la façon dont une coupure est susceptible d'apparaître entre la pratique d'un passe-temps et la pratique professionnelle.

### 3.1 Rapport au jeu vidéo

«Ici tout le monde joue, si tu en vois qui ne jouent pas, dis-le-moi, moi je n'en connais pas!» -Jordan

Le rapport au jeu vidéo fut l'un des premiers aspects étudiés dans cette étude pour comprendre la relation qu'entretiennent les développeurs face à leur travail. Par «rapport au jeu vidéo», j'entends le rapport qu'ont entretenu les développeurs vis-à-vis le média vidéoludique dans le passé et la façon dont il s'actualise aujourd'hui, alors qu'ils en sont devenus créateurs. Cet aspect s'avère important puisque le médium vidéoludique constitue l'élément commun autour duquel s'agglutinent les développeurs et partir de cette relation permet de mieux comprendre la

dissonance qui peut s'installer alors qu'on passe de joueur à développeur. Le passage en est un d'une pratique libre à une pratique aux multiples technicalités; nous verrons qu'il s'agit d'un élément pouvant justifier les impulsions créatives qui seront traitées dans les chapitres suivants.

J'ai donc procédé à un retour dans le passé avec les gens interviewés qui, avec nostalgie, m'ont parlé de leurs premières expériences avec le jeu vidéo. Cette approche me fut d'ailleurs utile en entrevue pour «briser la glace» avec mes interlocuteurs avec qui je partageais cette expérience. Il va sans dire que la grande majorité d'entre eux entretiennent cette passion depuis le tout jeune âge et ce, malgré la proximité et l'accès qu'ils avaient face au média qui variait selon les individus. Plus qu'un simple retour dans le temps, cette section des entrevues m'a en même temps permis de cerner certains aspects de l'évolution du jeu vidéo que mes informateurs ont vécu et semblent toujours vivre avec un brin de nostalgie. En ce sens, le jeu vidéo, tout comme les technologies en général, ne s'est démocratisé qu'après un certain temps : les consoles et les ordinateurs de l'époque étaient coûteux et n'étaient donc pas à la disposition de tous<sup>31</sup>. La plupart des développeurs semblent venir de milieux familiaux relativement aisés, pour ne pas parler de classe moyenne, terme hautement galvaudé en politique comme dans les sciences sociales en général. D'autres, comme c'est le cas de Luke, développeur de jeux, n'ont vécu cette passion qu'avec ce qu'ils avaient à portée de main :

Nobody ever bought me video games which meant I bought my first game and it was pong, you know, for a dollar at a yard sale and then I bought like a fake ColecoVision for a dollar or two. So I didn't catch up to the rest of the world until the PlayStation 1.<sup>32</sup>

---

<sup>31</sup> Non seulement ces systèmes étaient coûteux, mais la proximité face aux systèmes informatiques de façon générale n'était pas la même qu'aujourd'hui

<sup>32</sup> Le système de jeu Pong pour la maison a été mis en marché en 1975 par Atari alors qu'elle existait déjà comme borne d'arcade. Quant à la ColecoVision de la compagnie Coleco, elle a été commercialisée en 1982.

C'est aussi par procuration que certains vivaient cet intérêt, notamment au travers de la presse spécialisée qui, avant ou durant les premières heures d'internet, servait à populariser ou mettre de l'avant les jeux à venir. Les consoles de jeux étaient aussi mises de l'avant comme objets technologiques augmentant sans cesse le photoréalisme des jeux; il s'agissait d'ailleurs de l'un des fers de lance des compagnies comme Nintendo et Sega à l'époque<sup>33</sup>. C'est désormais internet qui fait office de vitrine dans une industrie où les moyens de commercialisation ont grandement changé; aspect que nous évaluerons plus loin.

J'ai beaucoup vécu les jeux vidéo comme un fantasme parce que je pouvais m'acheter les magazines à l'époque, les magazines papier : je les lisais, je les dévorais, j'allais chez des amis, je jouais chez mes cousins, dans les magasins. Je pouvais rester une journée dans le magasin pour finir *Sonic the Hedgehog*<sup>34</sup>. -Sam

Tout comme les jouets, les jeux vidéo étaient vécus par procuration au travers de ces magazines et boutiques de centres commerciaux, mais il est intéressant de constater que cet intérêt perdure jusqu'à l'âge adulte. À plusieurs occasions au cours de ce terrain j'ai pu échanger sur le jeu vidéo de façon générale, sur les préférences de tout un chacun, sur les nouveautés à venir, bref, de quoi élargir mon répertoire vidéoludique! Cela créait par le fait même un certain cadre d'échange qui s'éloignait du milieu et des connaissances techniques dont le dénominateur commun était l'intérêt pour le jeu vidéo lui-même.

---

<sup>33</sup> Cet aspect a bien été mis de l'avant dans des ouvrages tels que Kline, Dyer-Witheford et De Peuter (2003), Kent (2001) ou Donovan (2010). La guerre technologique fut très forte entre les compagnies Nintendo et Sega dans les années 90 alors qu'on mettait de l'avant les capacités techniques des consoles respectives. Avec un certain détachement, on se rend compte que cette emphase mise sur les prouesses techniques était futile puisqu'elle n'avait pas vraiment d'impact sur les jeux en tant que tels. Aussi, on cherchait à attirer les gens avec des chiffres qu'ils ne comprenaient pas vraiment, ce qui en faisait une campagne marketing quelque peu malhonnête.

<sup>34</sup> Jeu vidéo développé par la Sonic team et édité par SEGA en 1991.

La socialisation dans un environnement technologique a aussi joué un rôle pour plusieurs d'entre eux vivant alors dans une famille qui vouait un intérêt envers les nouveaux produits technologiques. L'intérêt envers le jeu se couplait souvent avec celui des ordinateurs et de la programmation, alors que les interfaces de l'époque nécessitaient une plus grande maîtrise de l'outil informatique<sup>35</sup>. D'ailleurs, un intérêt pour les technologies était palpable lorsque je discutais avec ces gens; particulièrement du côté des programmeurs qui y sont directement exposés, alors qu'on me présentait de nouveaux jeux, gadgets, etc. C'est donc dans une orbite que l'on saurait appeler «techno» qu'ont évolué la plupart des développeurs interviewés.

Quand j'ai vieilli, ma marraine [et mon oncle] n'avaient pas eu d'enfants puis c'était des gens extrêmement techniques qui ont eu le Lisa<sup>36</sup>, les premiers ordinateurs ils les ont eu et ils ont voulu donner cet amour de la technologie à moi en particulier, donc ils me donnaient à chaque année des «bébèles» électroniques. -Hélène

Cependant, la généralisation se doit de laisser place aux exceptions; certaines personnes n'ont pas vraiment joué dans leur jeunesse. Que ce soit par restriction des parents qui refusaient d'acheter des jeux ou de laisser leur(s) enfant(s) y jouer, par faible exposition de façon générale ou bien parce que le fait de «jouer» n'est pas défini de la même façon chez ces personnes qui conçoivent autrement l'activité vidéoludique. Notons la méfiance qui s'est créée du côté des organismes familiaux qui critiquaient les violences médiatiques et plusieurs effets néfastes dérivants de pratiques perçues comme aliénantes, tel que nous l'avons considéré dans la revue de la littérature.

---

<sup>35</sup> Nous sommes dans les années 80, avant l'apparition des systèmes d'exploitation qui facilitent l'usage des ordinateurs. Devant une accessibilité restreinte, les usagers devaient passer au travers d'une courbe d'apprentissage plus élevée qu'aujourd'hui lorsqu'ils voulaient utiliser des micro-ordinateurs.

<sup>36</sup> Ordinateur personnel commercialisé en 1983 par la compagnie Apple.

I never really had interest in games, my parents were very conservative, not religious but they just were totally against on screen violence. [...] Plus, my parents didn't have a lot of money to spend on the early systems like Atari and stuff like that and not too many of my friends had them either, we were always outdoor kids and making stuff, building stuff outdoor. -Bruce

Ces mêmes personnes sont-elles nécessairement devenues joueurs à part entière une fois qu'ils ont joint l'industrie? Pas nécessairement et cela vient contredire la citation avec laquelle j'ai introduit cette section : tous n'ont pas le même rapport au jeu vidéo. Bien que la plupart demeurent des *gamers* à leurs heures, une séparation se crée entre la participation au développement d'un jeu et jouer à un jeu dans ses temps libres. Cette division est importante pour la suite de ce travail puisqu'on vient séparer un intérêt d'ordre technique qu'on retrouve dans le milieu de travail à un intérêt plus récréatif, qui est quelque chose de plus personnel.

Le contraire est aussi vrai : certains jouent beaucoup plus depuis qu'ils travaillent dans le milieu puisqu'ils sont emmenés à comparer les différentes *features*<sup>37</sup> que l'on retrouve dans les produits disponibles sur le marché. Il est donc important dans le milieu de connaître autant que possible les différents jeux puisqu'aucun projet n'est une *tabula rasa*. Comme dans n'importe quelle forme d'art, les inspirations sont palpables et se mêlent aux motifs commerciaux qui viennent structurer l'horizon vidéoludique. Comme nous le verrons, on ne réinvente pas la roue et il faut composer avec les attentes des joueurs en se basant sur des genres ou bien des jeux en particulier. Aussi, tous n'ont pas les mêmes préférences vidéoludiques, ce qui fait en sorte qu'on ne développe pas nécessairement le type de jeu auquel on aime jouer dans nos temps libres... lorsqu'on a encore envie d'y jouer! Les goûts varient

---

<sup>37</sup> Le terme anglais *feature* est utilisé par les développeurs pour parler des caractéristiques d'un jeu. Le terme a pour particularité d'isoler un aspect d'un jeu pour en parler au niveau technique ou design.

grandement selon les individus qui ont pour la plupart des critères assez stricts en termes d'appréciation vidéoludique.

Le rapport au jeu se trouve-t-il transformé chez ceux qui se disent *gamers* après y avoir consacré plus de quarante heures de sa semaine? En partie puisqu'ils tentent autant que possible de diversifier leurs activités après le travail, mais tout en restant *gamer* et donc en conservant cet intérêt pour le produit vidéoludique en général. Comme l'affirme Marie : «j'aime mieux faire autre chose quand je reviens à la maison» lorsqu'elle m'a avoué allouer beaucoup moins de temps qu'auparavant aux jeux.

Cependant, l'aspect «milieu de travail» prime pour plusieurs d'entre eux, comme c'est le cas de Bruce que j'ai cité plus haut. Ce dernier valorise plutôt le climat de travail dans les studios de jeux que le jeu lui-même en tant que produit; au contraire, il ne se sent pas tellement valorisé par ce qu'il fait, soit créer des jeux violents. C'est d'ailleurs quelque chose qu'il ne souhaite pas léguer à ses enfants, qu'il laisse jouer, mais avec une très grande modération. Son cas est un bon exemple démontrant que des motifs autres que la passion du jeu vidéo, c'est-à-dire l'environnement de travail, les avantages sociaux, le salaire et autres, mêlés à de bonnes aptitudes techniques, ont pu attirer certains travailleurs dans l'industrie.

It's my one thing I keep saying to my wife it's that I'm not proud of what I'm doing on a social level, like society level; I'm not contributing anything here about making violent video games. I'm supplying income for my family. -Bruce

Bref, il faut souligner que même si l'on partage un intérêt pour le jeu, les motivations à travailler dans l'industrie divergent et le rapport au jeu en est un qui est parfois plus professionnel que passionné. L'étude des parcours des employés viendra renforcer cette distinction.

## 3.2 Parcours

À l'époque, rien ne laissait croire que l'on pouvait faire sa vie dans l'industrie du jeu vidéo : il n'y avait pas de formation spécialisée et peu de médiatisation quant à l'employabilité (sauf peut-être au niveau du logiciel avec l'émergence de nouveaux millionnaires de la Silicon Valley). Ce faisant, la plupart des personnes interviewées racontent leur arrivée dans le milieu comme un coup de dés, comme une possibilité qu'ils n'avaient pas directement envisagée. Comme l'affirme Luke :

It never occurred to me that these were things you did as an adult and it still [sic]; the interesting part is it still didn't occur to me to go make games. That was like fantasy.

On retrouve deux scénarios communs dans les récits de vie des employés : le premier est l'arrivée liée à une spécialisation technique connexe et le second, que l'on retrouve surtout dans les métiers de design, l'apprentissage sur «le tas» et la montée dans les échelons. Dans le premier cas, on retrouve beaucoup de programmeurs, d'artistes<sup>38</sup>, managers et autres métiers techniques qui avaient exercé des professions dans leur domaine et qui ont joint l'industrie par hasard ou par intérêt direct par la suite. Ces derniers ont été recrutés pour leurs compétences et se sont adaptés au champ vidéoludique par la suite. Prenons comme exemple le parcours de Jordan, qui était déjà employé dans le monde de l'imagerie 3D lorsque le secteur du jeu vidéo a commencé à se développer à Montréal; ce dernier a été engagé pour ses qualités de programmeur, mais aussi parce qu'il travaillait dans un secteur connexe.

---

<sup>38</sup> Ceux et celles que l'on nomme artistes, bien que la plupart des disciplines au sein de l'entreprise comportent un aspect artistique, sont ceux qui créent l'aspect visuel des personnages et environnements qui composent le jeu. La nuance est importante puisqu'il est aussi possible de séparer les programmeurs des artistes en général (tous y passent : designers, dessinateurs, *level designers*, etc.).

Notons qu'aujourd'hui, ce scénario s'applique de moins en moins alors que le jeu vidéo est devenu un lieu de travail convoité notamment chez les programmeurs qui s'y disputent les stages d'études. Il faut donc étudier dans un programme dédié au jeu vidéo pour pouvoir y travailler, ou du moins, devenir développeur (que je sépare ici avec les métiers liés à la production). Dans le second scénario, on retrouve souvent des gens qui ont gravi les échelons de par la motivation et les compétences qu'ils ont prouvées dans différents projets. Beaucoup sont entrés comme testeurs de jeux et n'avaient pour armes que leur passion et ont su faire profiter leurs employeurs de leurs idées, mais surtout de leur créativité. Le test, ou ce qu'on appelle dans l'industrie le QA (pour *quality assurance*) est le département qui requiert le moins de qualification et c'est pourquoi il fut la porte d'entrée pour de nombreux employés. Le cas de Sam illustre bien ce passage alors qu'il a débuté comme testeur de jeux et s'est fait reconnaître pour sa créativité alors qu'il créait des *maps* (pour cartes, donc espace où se déroule le jeu; le terme anglais est utilisé dans le métier) et en faisait profiter ses collègues. C'est par la suite qu'on a reconnu ses compétences en lui proposant une promotion vers un poste de création.

Cela fluctue évidemment avec l'âge et l'expérience des répondants, mais puisque la plupart de mes informateurs sont des gens avec plusieurs années d'expérience dans le milieu, il s'en suit que très peu d'entre eux visaient initialement leurs postes respectifs.

Ça fait vraiment partie de notre société alors qu'à l'époque non, c'était caché en fait encore et on ne voyait pas faire sa vie là-dedans. Alors que maintenant c'est devenu un vrai métier, le jeu vidéo est une grosse part dans la société de consommation de loisir et divertissement et ça a une visibilité que ça n'a jamais eu auparavant. Alors du coup les gens se disent c'est possible, c'est accessible, je peux gagner ma vie, c'est sûr que là y'a beaucoup plus de personnes qui veulent entrer dans cette industrie maintenant. -Sam

Une véritable valorisation de l'industrie s'est en effet enclenchée au Québec suite à l'arrivée d'Ubisoft, laquelle nous discuterons dans le chapitre suivant. Plus encore, la possibilité de joindre l'utile à l'agréable était possible alors que des jeunes ayant développé un grand intérêt pour le médium se faisaient désormais miroiter la possibilité d'y gagner sa vie. Il faut noter que ces parcours types décrits ci-haut tendent donc à changer à mesure que le domaine devient contingenté puisque de plus en plus de jeunes veulent travailler dans l'industrie. Toujours selon Sam :

Et vu que y'a beaucoup de personnes qui veulent rentrer dans l'industrie ben il faut canaliser tout ça et comment tu canalises, ben c'est en faisant la sélection, et comment tu fais la sélection, c'est en formant les gens et en établissant des compétences en disant : tu as assez de compétence pour pouvoir rentrer. Et puisque ça brasse beaucoup d'argent et que les budgets sont de plus en plus serrés aussi ben tu ne fais pas rentrer n'importe qui non plus.

En ce sens, les gens nouvellement employés sont de plus en plus formés et spécialisés pour le jeu vidéo, comme en atteste l'étude de Technocompétences sur *l'Emploi dans l'industrie du jeu électronique au Québec* (op. cit., 2012). En 2012, le seul poste embauchant une main-d'œuvre ayant un diplôme secondaire était le contrôle de la qualité; pour les autres, on retrouve une prédominance des formations spécialisées et collégiales dans les métiers de conception et artistiques, et universitaires au niveau de la production, mais aussi de la programmation. Si une partie des employés avaient une formation technique lors de leur arrivée, cela n'exclut pas le fait que les autres avaient la plupart du temps poursuivi des études supérieures. Plusieurs d'entre eux ont débuté des études universitaires pour se rendre compte qu'ils se voyaient ailleurs et ne vouaient aucune passion à ce qu'ils faisaient. À cet effet, le jeu vidéo est souvent apparu comme un plan B, notamment en se faisant engager pour faire de l'assurance qualité. C'est le cas par exemple d'Adam qui travaillait à temps partiel comme testeur de jeux jusqu'à ce que :

[...] un jour ils m'ont proposé de travailler à plein temps pour être *lead QA* donc je me suis dit je vais prendre une *break* pour ma maîtrise, je ne savais plus trop si je voulais continuer l'université; je me suis dit je vais prendre une année sabbatique et puis je vais amasser de l'argent et puis tu vois, ça fait maintenant 16, bientôt 17 ans que je fais ça.

Ce scénario est apparu à quelques reprises autant lorsqu'on comparait ses précédentes expériences de travail au poste présentement occupé que lorsqu'on parlait d'un changement de cap radical comme c'est le cas ci-haut. Cette nouvelle perspective d'emploi apparaissait comme une voie d'émancipation pour plusieurs de mes informateurs vis-à-vis un travail moins motivant.

### 3.3 Profil

Tel que spécifié plus haut, j'espère être en mesure de rendre compte de mon objet d'étude sans me rapprocher de l'*ethnos* des ethnographies d'antan. Je ne compte pas faire une réduction de l'ensemble de leurs croyances, pratiques et connaissances, qu'on appelle aussi culture. Le but ici est plutôt de faire un survol des caractéristiques que les acteurs m'ont proposées d'eux-mêmes dans le but de faire un profil type non exhaustif.

Je partage mes premières impressions avec celles qu'a vécues et décrites Laurent Simon (2002) dans sa thèse et c'est pourquoi je ne jugeais pas nécessaire de passer par les mêmes étapes que les siennes alors qu'il décrivait un phénomène nouveau sous tous ses angles. Seulement, comme il ne s'agit pas du même terrain ethnographique et que plus de quinze années séparent nos travaux, je crois que les choses ont quelque peu changé. Les employés qu'il décrivait «pataugeaient», si l'on peut dire, dans un univers nouveau qu'ils ne maîtrisaient pas encore; c'était donc le baptême du feu pour la plupart d'entre eux. Au cours de ces mois, j'ai côtoyé des développeurs plus âgés, expérimentés et cela se transmet dans les données qui en découlent. Bien sûr, les fondements demeurent et il s'agit d'un climat de travail très dynamique,

que j'aurai la chance de décrire dans le chapitre suivant; les échanges sont nombreux, on retrouve des bureaux à aire ouverte et le sentiment d'être dans un milieu très «techno». Cependant, le climat me semblait plus serein que ce que décrivait Simon dans sa thèse, les travailleurs semblent bien savoir ce qu'ils font et l'attitude générale reste professionnelle, bien que décontractée.

La moyenne d'âge des développeurs demeure jeune, même chez les cadres et ceux d'entre eux qui cumulent le plus d'expérience. Cependant, outre les stagiaires, il semble y avoir peu de très jeunes employés; la plupart se situent dans la trentaine. Cela serait peut-être imputable à une relative saturation; relative, puisque le secteur est toujours en expansion et continue à embaucher de façon extensive (Technocompétences, *op. cit.*). Cependant, la main d'œuvre en est une qui circule beaucoup et on cherche habituellement des gens avec de l'expérience :

Dans le jeu vidéo, par rapport à d'autres compagnies qui ne sont pas jeux vidéo, moi j'engage pas personne qui n'a pas d'expérience dans le jeu vidéo. Un programmeur que j'engage, il faut qu'il ait travaillé dans d'autres compagnies de jeux vidéo, il faut qu'il ait une expérience de développeur de jeux vidéo. -Jordan

Nous aurons l'occasion de traiter de cet effet de goulot dans le chapitre 4, mais re-tenons que la main d'œuvre en est une majoritairement expérimentée.

De façon générale, Marc croit qu'un certain profil se dessine chez les développeurs :

Ici on a beaucoup de jeunes dans la vingt-trentaine, pas d'enfants, il y a comme un profil qui ressort souvent des personnes qui travaillent ici tandis que là-bas [la précédente compagnie pour laquelle il a travaillé et qui n'avait aucun lien avec le jeu vidéo] ils ont une famille, des enfants, c'est pas mal différent. Je pense pas que c'est meilleur ici, c'est plus axé sur le fait de faire quelque chose que tu aimes, mais ça ne veut pas dire qu'il y a pas de *tradeoff*, c'est sûr qu'il y a des *tradeoffs*. Tu peux avoir des enfants, une famille et tout, mais il y a des concessions qu'il faut que tu fasses parce que c'est vraiment de l'*overtime* tandis que là-bas tu as un mode de vie plus stable je pense. Tu ne ramènes pas de la job chez vous.

Il ne faut donc pas se leurrer, travailler dans l'univers vidéoludique demeure un travail de création exigeant, demandant beaucoup de temps et d'énergie. Marc, comme d'autres, croit qu'il est difficile de concilier vie de famille et travail dans le jeu vidéo et c'est pourquoi ce dernier n'est pas certain de vouloir faire sa vie dans l'industrie. Sam est très clair à ce sujet :

[...] c'est vraiment personnel, je suis une personne extrêmement indépendante et d'avoir des enfants je l'aurais vu comme une atteinte, comme un frein à la liberté de se dire : oui, j'ai le droit de créer, j'ai le droit de prendre le temps de créer. Si t'as des enfants desquels t'occuper, faut que tu t'en occupes.

Cela ne signifie pas que vie de famille et travail dans le milieu soient impossibles à concilier, cependant, des choix s'imposent et des concessions semblent nécessaires à faire :

Je me suis souvent posé la question pour les gens qui ont des enfants, mais manifestement je pense qu'ils font vite le choix ça se voit, souvent les gens qui ont des enfants ne restent pas. Je les comprends tout à fait, ça me paraît normal. –Édouard

Il est donc légitime de se demander si la vie de famille peut être une entrave à l'esprit d'équipe qui règne dans un projet vidéoludique et qui pousse visiblement les développeurs à y consacrer beaucoup de temps et d'énergie au projet. Bien que chaque entreprise ait ses propres modalités de travail, le surtemps fait la plupart du temps partie de leur quotidien<sup>39</sup>. Cela irait, selon Édouard, au-delà de l'aspect formel du projet, soit jusqu'à devenir un défi personnel :

---

<sup>39</sup> À cet effet, voir le travail de Kathleen Ouellet (2010), qui s'est intéressée au phénomène des heures supplémentaires dans les entreprises de jeu vidéo, communément appelé *crunch*. Selon l'auteure, une pression mobilisatrice s'opère chez les employés (surtout les moins expérimentés) de sorte qu'ils doivent régulièrement consacrer de leur temps en heures supplémentaires non payées. Un système de récompense et de châtime est mis en place, faisant en sorte que les heures effectuées en extra permettent des congés et promotions qui ne s'offrent pas aux employés qui refusent le surtemps.

Le désavantage c'est que quand on est passionné, on a tendance à travailler gratuitement, à faire des heures «sups»... Ça on en rigole souvent avec des amis, on fait des jeux vidéo, on sait bien qu'on fait beaucoup d'heures, on les compte pas parce que... Il y a un côté narcissique, on a envie de prouver, de se prouver à soi-même que ce qu'on fait c'est bien, qu'on va y passer le temps. Ou il y a le côté où j'veux pas lâcher l'équipe parce qu'on veut faire un bon jeu.

Passionnés pourrait être un terme central pour décrire le rapport entre les développeurs et ce qu'ils font. Évidemment, le rapport est susceptible de changer selon les personnes individuellement, mais il n'en demeure pas moins que tous semblent aimer ce qu'ils font sans exception. Ce qui varie relève des différentes motivations, que ce soit la passion pour le jeu, les conditions de travail ou l'amalgame des deux. En fait, beaucoup d'entre eux semblent prendre à cœur ce qu'ils font et à partager les intentions de la maison mère : soit faire le meilleur jeu possible. Nous verrons toutefois que malgré cet esprit d'équipe et cette motivation intrinsèque, des conflits peuvent émerger alors que plusieurs égos entrent en interaction, mais aussi que des contraintes structurelles viennent contrecarrer leurs ambitions. Comme le disait Hélène :

En jeu vidéo on a tous de très grands égos, on sait tous comment faire les choses; dans le studio les gens ont en moyenne 10-15 ans d'expérience, c'est hyper élevé, donc tout le monde pense qu'ils savent, mais la vérité c'est qu'on sait pas. Faut qu'on se réinvente parce que si on continue à faire la même chose comme industrie on va s'étioler.

Nous avons vu ici que malgré les intérêts partagés, il subsiste une certaine diversité qui se situe au niveau du rapport initial au jeu vidéo, du cheminement professionnel et des aspirations. En plus de composer avec le facteur humain, les développeurs doivent se soumettre à des contraintes pratiques, voire structurelles imposés par la direction. Nous verrons donc, dans le prochain chapitre, quelles sont ces contraintes et comment elles viennent structurer tout projet vidéoludique. Ces contraintes ne sont pas vécues de la même façon par tous les développeurs et cela est en partie relatif à leurs ambitions respectives, puisque comme je le disais plus haut, tous n'ont

pas le même rapport au jeu. Ces contraintes viennent renforcer l'aspect technique du travail de développeur, dont l'expertise s'est renforcée depuis les premiers pas montréalais, mais où l'on se questionne par le fait même sur la nature créative du travail.

## Chapitre 4 : Évolution et structuration de l'industrie

L'industrie du jeu vidéo est devenue, en près de 16 ans, l'un des fleurons du milieu industriel québécois. Dans ce chapitre, je désire témoigner des grandes lignes de ce secteur au travers de l'image que m'en ont faite mes informateurs. J'entends traiter, bien qu'en surface, de l'évolution de cette industrie et son statut à ce jour. Cette évolution atteste d'un enracinement qui s'est effectué de façon exponentielle dans les dernières années pour en faire un secteur aujourd'hui consolidé. En peu de temps s'est créée une culture du jeu vidéo à Montréal où s'entremêlent différentes communautés de développeurs, de joueurs et d'académiques. Tel un entonnoir, je poursuivrai en étudiant de façon plus spécifique comment on met en place un projet vidéoludique en ayant pour vitrine l'entreprise étudiée. Je synthétiserai le chapitre avec une mise en situation exprimant ce pourquoi on peut parler de structuration, à l'instar du concept développé par Anthony Giddens, de façon à ce qu'un ordre négocié prenne place entre les contraintes structurelles et la vision des différents développeurs<sup>40</sup>. De façon générale, nous verrons ici que la création d'un jeu vidéo demeure complexe et ne saurait être comparée à une activité libre et sans contraintes

---

<sup>40</sup> Je me base sur la relecture de Paul Gingrich, professeur émérite de sociologie, des travaux d'Anthony Giddens dans le cadre du cours sociology 319 donné à l'Université de Régina : <http://uregina.ca/~gingrich/319m606.htm> (page consultée le 28 juin 2014). L'analyse sociologique se diviserait entre l'étude des acteurs eux-mêmes qui interagissent dans des situations données (donc des pratiques réflexives) et celle de systèmes et de structures qui viennent réguler les interactions des individus et qui sont continuellement reproduites. Le concept de structuration serait une tentative de mettre de l'avant cette dualité pour en faire un angle d'approche épistémologique. En ce sens : «*The study of structuration means examination and analysis of the ways in which social systems are produced and reproduced in social interaction (Giddens, 1984, pp. 25-6)*» (*op. cit.*). L'usage de ce concept dans le cadre de cette étude vise à mettre de l'avant l'interaction qui subvient entre la structure en place (donc l'industrie ou le milieu de travail lui-même) et la façon dont les développeurs conçoivent leur travail et sont susceptibles de changer l'industrie. La diversification des produits et les nouvelles stratégies de marketing attestent en partie de cette transformation, que nous évaluerons dans le chapitre suivant.

puisque la pratique demeure structurée. Toutefois, ces constats seront toujours ramenés à la réflexivité des acteurs (surtout dans le chapitre suivant), qui m'ont proposés des réflexions poussées sur l'industrie et leur statut de créateur.

#### **4.1 Profil de la scène montréalaise : Montréal, ville créative?**

Montreal is an exception to most rules because it has the most game developers in the world and most of the people who work here are actually from Montreal. So when you're annoyed of your company in Montreal, you wander across the street. [...] It's just kind of incestuous! –Luke

Comme l'atteste ma revue de la littérature, les travaux du groupe de recherche *Mosaic* sur Montréal comme ville créative attestent bien de l'esprit novateur permettant l'implantation d'industries comme le jeu vidéo, mais aussi le cirque qui fonctionnerait de façon similaire (Cohendet, Grandadam et Simon 2010, Grandadam, Cohendet et Simon 2013, Simon et Cohendet 2007). Ces derniers présentent Montréal comme une ville créative disposant de conditions structurelles idéales pour la créativité : soit des lieux et des espaces créatifs, ainsi que des bretelles d'accès permettant de considérer à leur juste valeur le potentiel des créateurs (Grandadam, Cohendet et Simon 2013)<sup>41</sup>. Ces structures facilitent la mise en valeur du domaine en l'exploitant ou en créant des incitatifs à performer dans le milieu. Cependant, je voulais vérifier cette avenue directement avec des protagonistes de l'industrie : d'employés, en passant par un ancien consultant gouvernemental sur

---

<sup>41</sup> Cette vision de Montréal comme ville créative en est une que l'on rencontre notamment sur les sites web des différentes compagnies de jeux vidéo présentes. On y présente la ville comme un endroit très vivant au niveau culturel, ce qui viendrait stimuler la création et l'innovation. Ces encensements visent d'abord à attirer une main-d'œuvre étrangère et cela va jusqu'à mettre de l'avant les activités populaires à faire à Montréal, à l'instar d'un site touristique.

l'industrie du jeu vidéo jusqu'à un chef d'entreprise, sans négliger l'avis de professeurs, j'ai tenté de reproduire ici la vision de ces personnes de l'industrie. Ces informateurs sont donc de première main puisqu'ils ont assisté à l'apparition et la transformation de l'industrie au travers des années. En fait, les précédents auteurs (Cohendet, Grandadam et Simon 2010) présentent cet amalgame créatif sous l'effigie de communautés (de développeurs, professionnels, de joueurs, etc.) qui interagissent ensemble et forment le tissu de la ville comme lieu d'innovation :

We suggest that, as a key intermediary between individuals and formal institutions, the role of communities is essential in the creative processes occurring in an urban milieu. In the dynamics of creativity, communities achieve a process of progressive codification of knowledge, starting from a phase where the individuals do not know the characteristics of the novelty, do not know each other and do not possess the capabilities to communicate, in order to reach a phase where the novelty is equipped with sufficient shared understanding and codes to become economically viable. (Cohendet, Grandadam et Simon 2010)

Cette approche a le mérite de mettre de l'avant l'idée qu'une codification du savoir est nécessaire pour créer un espace commun de partage et de compréhension qui serait le moteur de cette industrie, où l'innovation règne. Cependant, force est de rappeler ici que la communauté demeure un concept visant une abstraction et malgré sa valeur explicative, il laisse en suspens la réalité des individus qui la constitue et ce, même si les mécanismes y deviennent plus explicites. Les auteurs parlent plutôt de connaissances partagées et de façon complémentaire, il serait important d'évaluer ces communautés sous un autre ordre, soit de leurs vision et aspirations. Puisque nous parlons de structuration plus haut, il demeure impératif de considérer le point de vue des acteurs puisque leurs témoignages apportent une nouvelle lueur dans l'exercice qui est de mieux comprendre l'industrie du jeu vidéo. Il est désormais essentiel de considérer les affects qui circulent dans une institution pour rendre

compte de sa réalité, tel que l'affirme Didier Fassin<sup>42</sup>. C'est en fait le meilleur enseignement que peut apporter l'anthropologie dans l'étude des institutions, champ principalement étudié par la science politique et la sociologie.

Je tenterai donc de mettre l'avant, dans les pages qui suivront, mais surtout dans le prochain chapitre, les discordances qui demeurent. Cet intérêt pour les discordes tient au fait que les luttes permettent l'émergence au grand jour des différents discours (Foucault 1997) tel que précisé dans le chapitre méthodologique, mais cela ne veut pas dire qu'il faut négliger les formes d'accords. C'est un peu le chemin que j'ai emprunté dans le premier chapitre pour comprendre les éléments communs aux développeurs et que je continuerai à évaluer, à la lueur de l'approche mise de l'avant par Boltanski et Chiapello (2011), dans une partielle continuité des travaux que Boltanski a effectués avec Thevenot pour comprendre les éléments partagés au travers des économies de la grandeur. Cependant, entre le conflit et le consensus réside la négociation, qui elle est constante; c'est quelque chose que nous pourrions observer dans les prochaines pages puisque tout n'est pas noir ou blanc et que la marge peut parfois être mince entre le conflit et le consensus.

L'une des premières données à considérer est le contexte d'apparition de cette industrie. Selon Gaétan, chef d'entreprise, il y avait dès lors un certain engouement pour le multimédia :

---

<sup>42</sup> À cet effet, voir l'article de Fassin *Les économies morales revisitées* (2009), où l'auteur reprend le concept d'économie morale pour l'emmener au-delà d'une définition calquée de l'économie politique s'appliquant à des situations précises (les famines). Fassin cerne plutôt : «la production, la répartition, la circulation et l'utilisation des sentiments moraux, des émotions et des valeurs, des normes et des obligations dans l'espace social» (*ibid.*). Cette approche a le mérite de faire un portrait d'un espace social dont le regard ne serait pas seulement porté envers sa structure ou ses unités; c'est pourquoi j'ose attacher la présente recherche au projet de Fassin.

[...] on n'appelait pas ça le jeu vidéo vraiment comme tel, c'était plutôt le multimédia. C'était le son, l'image, l'informatique. C'était un peu un nouvel eldorado, on était vraiment dans la période des CD puis au début d'internet.

Il y avait donc une certaine valorisation des technologies de l'informatique et certaines entreprises se sont démarquées dans le domaine :

[...] on peut reculer en arrière en fait, aller à des trucs comme l'Office national du film puis Tony de Peltrie, les premiers films d'animation 3D qui ont été faits par Langlois de Soft Image, Daniel Langlois, ça en fait c'était le début d'une partie de ce qui allait devenir l'industrie. -Gaétan

Bien qu'on n'arrive pas à tracer une ligne directe entre ces entreprises d'animation et d'effets spéciaux puis l'arrivée d'Ubisoft, on croit qu'une atmosphère créative régnait à Montréal et que ces entreprises connexes ont en quelque sorte donné le coup d'envoi de ce qui allait créer l'image de Montréal comme ville forte du multimédia. Il s'agirait donc d'un climat plus que d'une main d'œuvre déjà formée, d'autant plus que des compagnies comme Soft Image et Discreet Logic n'employaient pas énormément de travailleurs dans le monde selon Roger, professeur en design 3d. Notons ici que ce genre d'entreprises attestait d'une restructuration qui allait survenir au niveau de l'économie de Montréal qui était alors en dépression. Une certaine fierté s'est par le fait même créée alors que le logiciel Softimage sera utilisé dans le cinéma hollywoodien pour la création d'effets visuels<sup>43</sup>. C'était l'attestation d'un passage vers le secteur des nouvelles technologies et Laurent Simon, dans sa thèse, présente l'arrivée d'Ubisoft de la sorte :

---

<sup>43</sup> La presse atteste de cette fierté, voir notamment l'article de Jean-François Codère : Dernière version de Softimage : «la fin d'une époque» parue dans La Presse, le 6 mars 2014 [En ligne] : <http://techno.lapresse.ca/nouvelles/logiciels/201403/06/01-4745102-derniere-version-de-softimage-la-fin-dune-epoque.php> (Page consultée le 7 juin 2014)

Les années de crise et le temps du doute s'achevaient sur un symbole fort porteur d'espoir pour la métropole et pour la province, mais surtout pour une génération jusqu'alors confrontée à un horizon socioprofessionnel plutôt sombre. Depuis, un vent de changement a balayé le marasme de tout un pan économique de Montréal, mais aussi d'une partie de la vie socioculturelle. (Simon 2002: 2)

Ce climat était donc précurseur aux démarches de l'homme d'affaires Sylvain Vaugois qui initiera le Plan Mercure visant à offrir de généreux crédits d'impôt et qui attirera la multinationale française Ubisoft. Cet épisode a été décrit en détail par Laurent Simon:

L'arrivée de Ubi Soft à Montréal augurait de la création de plusieurs centaines d'emplois essentiellement pour des jeunes. Elle ferait entrer d'un seul coup Montréal dans une industrie à la pointe de l'usage créatif des nouvelles technologies avec des perspectives de croissances enthousiasmantes. Symboliquement, il y avait là un message fort pour le renouveau économique de la métropole. (Simon 2002: 38)

Le pari était gagné du côté gouvernemental alors qu'un nouveau secteur d'emploi émergeait pour afficher un taux de croissance des plus élevés au Québec, comme nous l'avons vu dans la revue de la littérature plus tôt. Plus encore : «Ce que je dirais qui s'est passé ici, l'industrie a continué à croître au Québec, mais ce qui s'est passé en fait c'est qu'il y a eu l'arrivée d'un vrai écosystème», relance Gaétan.

Par ça je veux dire des studios de développement, des gros, mais aussi maintenant des petits, déjà vraiment une granularisation de l'industrie qui s'opère qui est très intéressante, puis qui est très saine. Après, vient avec ça, quand t'as un écosystème qui est en santé ben, le côté service, les services qui sont offerts aux développeurs de jeux. -Gaétan

Cela s'atteste dans la diversité des entreprises que l'on retrouve désormais à Montréal entourant le jeu vidéo. Au niveau du développement des jeux, on retrouve autant des studios œuvrant dans le jeu mobile, le jeu en ligne et le triple A<sup>44</sup> (ou jeux console et PC, si l'on se fie à la classification d'Investissement Québec). Bien que 87% de l'emploi se situe dans le développement des jeux (Technocompétences, *op. cit.*), plusieurs entreprises gravitent autour du développement pour se spécialiser notamment dans l'audio, le contrôle de la qualité ou bien la distribution. Écosystème, *cluster*, grappe; tous ces termes visent à désigner cette économie qui fonctionne comme un tout dont on sait définir les contours et les ressorts. Gaétan compare l'industrie du jeu montréalaise à son industrie aéronautique : comme un avion, le jeu peut entièrement être produit à Montréal puisque tous les services s'y trouvent.

Notons aussi la granularisation dont parlait Gaétan plus haut, faisant en sorte que le spectre des tailles d'entreprise s'est étendu et que l'on retrouve autant de petites «startups» dans le jeu indépendant que de grosses boîtes œuvrant dans les grosses productions triple A. Cela fait en sorte que l'écosystème est bien vivant et permet une variabilité dont un brassage des idées et innovations, soit la diversité. Cependant, le plus gros employeur reste le milieu du triple A et ce pan de l'industrie qui fait la renommée de Montréal sur la scène internationale.

Chez Investissement Québec (2014), on cherche aujourd'hui à stimuler le secteur en mettant de l'avant une fiscalité avantageuse : jusqu'à 30% des coûts de main-d'œuvre peuvent être payés sous forme de crédit d'impôts. En effet :

---

<sup>44</sup> Le triple A (AAA) est une étiquette qu'on donne à certains jeux qui se classent parmi les meilleurs vendeurs de l'industrie un peu comme le *blockbuster* du côté cinématographique. Ces productions disposent des plus grands budgets de l'industrie, de même que les plus grandes campagnes marketing; les attentes vont de pair, où l'on s'attend à avoir un jeu respectant certain standards qui sont élevée.

Le Québec croit en son industrie du multimédia. Pour preuve, il a été le premier à offrir des crédits d'impôt généreux en 1996. Ceux-ci ont été créés pour stimuler les productions faites chez nous. Ces crédits réduisent considérablement les coûts d'exploitation et se veulent un avantage net pour les entreprises qui choisissent de s'établir ici. (Investissement Québec, *op. cit.*)<sup>45</sup>

C'est donc avec fierté que l'on présente l'industrie québécoise du jeu vidéo du côté du palier subventionnaire gouvernemental : autant à propos des faibles de coûts de production montréalais que des titres à portée mondiale qui y sont produits. Notons par exemple la visite de Pauline Marois dans les studios montréalais de la compagnie *Warner Brothers games* en octobre dernier après avoir annoncé 1,5 million en crédits d'impôt pour la firme américaine, à la suite d'une série de subventions aussi offertes chez Ubisoft pour 9,9 millions de dollars de même que dans certaines entreprises du cinéma et des effets visuels<sup>46</sup>. Notons l'aspect symbolique que revêt une telle visite, alors que le gouvernement endossait directement l'industrie du jeu vidéo; on accorde alors une certaine fierté envers ces entreprises «de chez nous». Nous verrons plus loin que le regard de certains de mes informateurs vient déconstruire cette vision du jeu vidéo montréalais, au sens où bien que le jeu soit produit à Montréal, l'idée initiale vient d'ailleurs et s'actualise plutôt comme une commande, dont la main d'œuvre devient le principal atout de cet écosystème.

Or, il est ici légitime de se demander si l'industrie du jeu vidéo montréalaise ne tient qu'à ses crédits d'impôt hautement avantageux pour les multinationales. Nous aurons l'occasion de présenter des témoignages un peu plus critiques à l'égard de ce modèle d'affaires, mais force est de constater que tous ne croient pas que ces avantages fiscaux sont le moteur central de l'industrie. À cet effet:

---

<sup>45</sup><http://www.investquebec.com/international/fr/secteurs-activite-economique/multimedia/une-fiscalite-avantageuse.html> (page consultée le 9 juin 2014)

<sup>46</sup> Voir l'article de Julien Arsenault : «Jeux vidéo : Québec défend ses crédits d'impôts», dans *La Presse* [En ligne] : <http://affaires.lapresse.ca/economie/quebec/201310/04/01-4696660-jeux-video-quebec-defend-ses-credits-dimpot.php> (Page consultée le 13 mai 2014)

Yes and no, government grants are an important piece of the puzzle but the tax break alone does not sort of make the industry. There are others core ingredients in the ecosystem you know: cost of living, overall cost of doing business, ease of doing business, access to other key partners, industry participants, access to professionals like accounts and lawyers, all of these things that are playing to the viability of a cluster or even the start of a cluster. –Paul, ancien consultant pour l'industrie du jeu vidéo

Il serait faux de prétendre que l'industrie tient juste aux subventions. Les subventions ça été en fait un catalyseur super important qui a emmené ça, ça demeure une variable fort importante dans l'équation du succès de l'industrie à Montréal puis au Québec. –Gaétan

On voit plutôt les subventions comme un catalyseur qui a permis d'enclencher le développement de l'industrie et la venue de capitaux étrangers. Des conditions favorables étaient cependant déjà présentes avant l'implémentation, à l'instar d'un arbre que l'on voudrait planter, un terreau adapté et fertile préliminaire à son développement. Notons cependant que Paul et Gaétan sont des spécialistes de l'aspect commercial du jeu vidéo et que les avis des développeurs sont plutôt différents; c'est un aspect que nous verrons lorsque nous traiterons de la pérennité de l'industrie montréalaise.

Notons aussi l'émergence de petites «startups» dans le milieu du jeu indépendant qui n'ont pas un accès aussi privilégié que les grands studios aux subventions, mais qui prennent tout de même des risques en s'aventurant dans des projets aux budgets plus restreints, mais plus ambitieux au niveau créatif<sup>47</sup>. Cela atteste de la viabilité de l'industrie au-delà des avantages fiscaux puisque le gouvernement québécois, en offrant ces subventions, veut plutôt créer des emplois et n'a que peu d'intérêt pour

---

<sup>47</sup> Voir le reportage de Louis-Philippe Ouimet : «Les petits studios de jeux se sentent négligés par Québec» dans *Radio-Canada.ca* [En ligne] : <http://ici.radio-canada.ca/nouvelles/Economie/2013/10/27/002-studios-independants-jeux-video-se-sentent-negliges-par-quebec-veulent-leur-part-du-gateau.shtml> (consulté le 12 mai 2014) et l'article de Jean-François Codère : «La croissance dans les jeux vidéo à Montréal «est menacée», dans *La Presse* [En ligne] : <http://affaires.lapresse.ca/economie/technologie/201406/12/01-4775096-la-croissance-dans-les-jeux-video-a-montreal-est-menacee.php> (page consultée le 12 juin 2014)

le produit en question et ses retombées (économiques et culturelles). Ces petites compagnies n'emploient que peu de personnes et les avantages fiscaux attribués aux studios de jeux vidéo sont en fonction du nombre d'emplois créés, ce qui vient disqualifier les plus petits lors de l'attribution de subventions.

Il ne faudrait cependant pas limiter la métaphore de l'écosystème à sa vivacité; un écosystème peut facilement être débalancé, voire détruit par un changement externe. Les acteurs interrogés en conviennent : il s'agit d'une industrie immature et cela fait en sorte qu'on ne semble pas encore avoir trouvé son rythme de croisière. Nous le verrons : les défis sont grands et il en va de même pour les risques, notamment dans un univers qui se veut technologique, où le changement est précoce et ne permet pas de marge d'erreur. Il est donc difficile de prévoir les prochaines modes comme les prochaines innovations technologiques et cela fait en sorte que la marge de manœuvre peut sembler mince dans les grands projets triple A. Aussi, la politique du risque calculé est centrale pour ces entreprises qui investissent beaucoup en sol montréalais et bien que l'on ne croit pas que l'industrie ne tienne qu'aux subventions québécoises, on ne saurait sous-estimer le poids de cet incitatif.

Plus encore, la croissance du secteur s'est effectuée par vagues, soit lorsqu'un nouveau studio s'est implanté en engageant plusieurs dizaines, voire centaines d'employés. Les indicateurs de croissance ne sont donc pas représentatifs de ce qui adviendra de l'industrie dans les prochaines années. Ce rythme semble vouloir se stabiliser malgré le taux de croissance encore bien élevé dans ce secteur. Serait-ce la fin des grandes implantations? On ne saurait dire, mais comme nous le verrons plus loin, le marché du triple A en est un qui tend à se restreindre vu les risques engendrés et on l'a vu du côté d'entreprises comme THQ qui ont fermé leurs portes ou EA qui ont fermé certaines de leurs filiales montréalaises. Le succès d'une entreprise est garant du succès de leurs productions et comme la compétition est forte au niveau mondial, un effet de goulot semble être en train de s'instaurer. Est-ce que le potentiel créatif du côté des développeurs est un incitatif suffisant pour attirer ces entreprises?

C'est un aspect que l'on pourra surveiller au cours des prochaines années, notamment avec l'arrivée du Parti libéral au pouvoir; si le précédent gouvernement péquiste avait bonifié des entreprises comme Ubisoft et WB Games<sup>48</sup>, le gouvernement en place prévoit une diminution de 20% des crédits d'impôt alloués. Si l'ancien économiste en chef et Ministre des Finances Nicolas Marceau affirme que : «[...] plusieurs producteurs et grands noms de l'industrie ont été attirés au Québec par nos crédits d'impôts, ce qui a entraîné la création d'emplois à salaire élevé», le ministre Leitao croit que : «[...] ces entreprises vont maintenir leurs investissements au Québec [et qu'] il y a beaucoup d'autres avantages compétitifs au Québec : la main d'œuvre de qualité, la proximité des marchés mondiaux»<sup>49</sup>. Le pari me semble un peu risqué sachant que le jeu vidéo opère de plus en plus de façon délocalisée et par sous-traitance dans sa production. Ces studios se retrouvent donc un peu partout dans le monde : Europe de l'Est, Chine, Maghreb, etc., bien que les productions concernées soient souvent des jeux «secondaires» créés par de grands studios avec des coûts de production moindres. De plus, la main d'œuvre en est une qui a évolué coude à coude avec l'industrie qui se développait et, bien que cela soit de moins en moins vrai (nous en traiterons plus loin), il n'en demeure pas moins que le talent ne saurait être une ressource brute. Le potentiel créatif et innovant comme ressource est quelque chose de difficile à évaluer même si on en atteste fréquemment la présence en sols montréalais. C'est une question épineuse et je crois que pour comprendre l'échiquier dont il est question, un compromis doit être fait entre les structures permettant l'élaboration de grands jeux et une main d'œuvre centralisée qui se renforce à mesure que s'étendent ces mêmes structures.

---

<sup>48</sup> Voir l'article de Julien Arsenault : «Jeux vidéo : Québec défend ses crédits d'impôts», dans *La Presse* [En ligne] : <http://affaires.lapresse.ca/economie/quebec/201310/04/01-4696660-jeux-video-quebec-defend-ses-credits-dimpot.php> [Page consultée le 13 mai 2014]

<sup>49</sup> Teisceira-Lessard, Philippe : «Carlos Leitao déçu par les chiffres de l'emploi», dans *La Presse* [En ligne] : <http://affaires.lapresse.ca/economie/quebec/201406/06/01-4773595-carlos-leitao-decu-par-les-chiffres-de-lemploi.php> [page consultée le 14 juin 2014].

En ce sens, il est possible de parler de structuration alors qu'on voit plusieurs développeurs quitter le milieu du triple A pour créer des jeux indépendants et ce, à leurs frais et à leurs risques, puisque la structure de l'industrie ne laisse pas encore transparaître le même succès potentiel au niveau des petites productions. Afin de mieux comprendre cette dynamique, nous analyserons les contraintes qui émergent dans un studio de création puisqu'elles sont le reflet direct de cette industrie. Ces contraintes, ou façons de produire, influencent quant eux les produits eux-mêmes; c'est donc une chaîne qui se suit, où les différents paliers s'influencent mutuellement.

## 4.2 Faire un jeu : visées, défis et savoir-faire

Dans cette section, je n'entends pas décrire toutes les étapes d'élaboration d'un jeu, de même que les postes qui y prennent part; tous deux varient selon l'entreprise, voire même le projet. Je juge utile de rappeler ici que mon observation s'est limitée à un projet dans une entreprise montréalaise, étant donné la nature de ma recherche, mais aussi le temps nécessaire au développement d'un jeu jusqu'à sa mise en marché, et ne juge donc pas exhaustives les informations ici recueillies. Les généralisations que je me suis permises sont le fruit des acteurs interrogés eux-mêmes, donc de leur expérience dans l'industrie en général. Cet aspect est important puisque les stratégies varient d'une entreprise à l'autre et c'est pourquoi il m'était important de cibler l'expérience globale des développeurs moins que leur poste actuel dans l'entreprise étudiée, qui me servait en fait de vitrine. Ici, je me concentrerai plus directement sur mon expérience de terrain et mon observation des procédés de création d'un jeu.

À première vue, tout semble bouger et interagir de part et d'autre : *meetings*, discussions, démonstrations, *scrums*... La réalité vécue dans cette entreprise n'en est pas une d'un 8 à 5 derrière son bureau. En fait le climat en est un d'échange et c'est ce qui semble faire la force de ce milieu de travail, mais aussi sa faiblesse, puisque,

nous le verrons, une grande équipe travaillant sur un seul projet dont les aspects ne doivent pas être mutuellement exclusifs crée un casse-tête fourmillant de morceaux du côté de la production. Ce n'était certainement pas un avantage pour l'apprenti anthropologue voulant saisir les grandes lignes du projet en cours!

En fait, ce monde en est un d'itération, pour reprendre le terme utilisé du côté de la production. Qui dit itération dit répétition. Répétition, dans le but de trouver une solution, si l'on s'en tient à une définition mathématique, mais répétition qui peut rapidement devenir futile, involontaire et inutile si l'on s'en tient à l'aspect psychologique du terme. Cela tient à la nature incrémentale de la création d'un jeu puisqu'on ne peut pas tout faire en même temps et qu'il faut conserver un espace exploratoire, si l'on veut innover. Cela explique en partie la nature difficilement cernable d'un projet puisque les changements, des plus petits aux plus grands, sont fréquents. Plusieurs fois, il m'est arrivé de m'absenter plusieurs jours pour revenir et me faire dire que telle ou telle idée avait été abandonnée, même si elle semblait être un élément du *breakthrough*, pour emprunter l'expression utilisée par la production pour désigner une percée dans le projet qui donnera une *plus-value* au jeu. Notons ici que le projet observé était ici en phase de préproduction, ce qui veut dire que les grandes lignes de la conception étaient établies, mais qu'on continuait à explorer tout en mettant en branle certains aspects de la production. En fait, Bruce affirme même qu'en production, tout n'est pas encore clairement défini :

90% of that game is made in the last 8 months because all of these trials, reworks and figuring how the team is gonna work together and who's gonna be in charge and what type of game it's gonna become.

Avant d'aller plus loin, revenons sur les éléments qui viennent structurer une production vidéoludique. Celle-ci se décline *grosso modo* sous deux chefs : celui de la production et celui de la création; on retrouve donc à la tête du projet un producteur et un directeur créatif. Le premier s'occupe de la gestion externe du projet, donc du portefeuille, mais aussi ce qui a trait au management de façon générale. Le second

s'occupe de la ligne directrice du projet, donc du développement du jeu plus particulièrement et veille à ce que les équipes travaillent sous cette même visée. L'idée n'est évidemment pas l'œuvre d'une seule personne; elle est déterminée par un enchevêtrement complexe au niveau de la haute direction, des investisseurs et des *leads* et le directeur créatif est chargé de faire respecter cette ligne directrice. Ensuite on retrouve les différents chefs de divisions, communément appelés *lead* dans le milieu, autant au niveau de l'animation, du *design* (de jeu et de niveau), des artistes, du son que de la programmation, qu'on nomme directeur technique. Le rôle de ce dernier prend une place importante puisqu'il s'agit de la personne qui dresse les limites techniques au développement du jeu en rapport aux coûts qui y sont associés.

Au niveau de la structure managériale, le mode de gestion est adapté à la façon de faire, soit par incréments. Une approche par incréments s'oppose à celle d'ensemble, où un plan de production serait déterminé à l'avance et où les étapes seraient clairement définies. On retrouve ce mode de production dans les secteurs technologiques comme l'ingénierie par exemple, dans des projets à développement progressif et où les buts et les visées sont susceptibles de changer en cours de production. On utilise plus précisément dans le jeu vidéo sa tangente qui fut élaborée dans le secteur du développement de logiciels, soit la méthode *Scrum*. Concrètement, les différentes équipes au sein du projet se rencontrent pour une durée d'entre cinq et dix minutes chaque matin afin de discuter tour à tour de ce qu'ils ont fait la veille, ce qu'ils feront la journée même et des potentielles difficultés. Les tâches individuelles sont déterminées lors des *sprints*, qui sont des meetings qui ont lieu aux deux semaines afin que chaque personne rende compte des tâches à effectuer jusqu'au prochain sprint. Les deux types de *meetings* ont notamment pour but de partager ce que font tout un chacun sur une base quotidienne dans un but de transparence, mais aussi de générer du *feedback* (pour retour). Le manque de communication est un problème sur lequel se penchent beaucoup les managers; c'est un obstacle qu'ils jugent omniprésent et que l'on ne saurait complètement régler; c'est donc sur un continuum qu'on tente

de développer des méthodes pour faciliter l'expression entre les divers agents de l'entreprise. Cela est d'autant plus important dans un milieu créatif, où l'on veut pousser les individus à partager leurs idées<sup>50</sup>.

Cette volonté de communication va jusqu'à la disposition de l'espace, où le travail à aire ouverte facilite les échanges, ce que les employés jugent positifs : on a donc une fenêtre ouverte sur ce qui se passe dans le studio. À cet effet :

Là c'est plus vraiment par incrément que tout le monde interagit et y'a vraiment beaucoup de feedback entre les gens, *standup meeting*, *kickoff*, et comme je disais, ne serait-ce qu'avec la disposition de l'*office*, qui me semble plus efficace et enviable comme méthode de production que la vieille méthode linéaire où l'on se dit qu'on va faire tout ça en tel temps et on se rend compte que tout ce qui a été fait ça ne fonctionne pas, qu'on est plus dans les temps et puis qu'on n'a plus de temps et tout le monde est frustré. –Édouard

Or la méthode *Scrum* a pour finalité pratique de pouvoir s'adapter rapidement aux changements et imprévus au fil des étapes de production. Les imprévus sont nombreux dans le milieu puisque le travail est progressif et que viennent constamment s'agglutiner de nouvelles idées ou *features* pour utiliser le terme de mes informateurs. Bien sûr, une partie des opérations est déterminée à l'avance au travers ce qu'on appelle un *backlog*, qui est élaboré avec le propriétaire du produit à développer, mais le fait est que cette méthode permet de s'adapter aux changements et rend chaque employé responsable de ce qu'il fait alors qu'il puise dans ce même *backlog* les tâches à effectuer, en partie déterminé par son ou ses supérieur(s). C'est dans cette optique qu'Isabella me décrit la nature de son travail:

That's why again communication is super important, you have to communicate to everybody: «this is what we work for, this is how we're getting there and do you guys agree?» It's not only about like management coming and telling you how to do things it's more input, [...] how long it's gonna take and then they tell us «I think it's gonna take me three

---

<sup>50</sup> C'est une question auquel s'intéresse le groupe de recherche Mosaïc au niveau pratique et qui est récurrente dans le champ de la gestion de la création et de l'innovation.

weeks to do it» and then they're accountable for that at the end of the cycle.

*Accountable* est un terme important ici puisqu'on suppose que les employés sont en mesure de déterminer par eux-mêmes ce qu'ils ont à faire. Bien sûr, la plupart des tâches et les directions à prendre dans le développement d'un aspect du jeu sont déterminés par les *leads* dont j'ai parlé plus haut, mais il semble qu'on tente de réduire l'aspect hiérarchique au travers ce mode de gestion.

Les travailleurs eux-mêmes, nous dit-on, doivent être organisés en petites équipes pluridisciplinaires (car elles sont plus compétentes, plus flexibles, plus inventives et plus autonomes que les services spécialisés des années 60) dont le véritable patron est le client et qui se dotent d'un coordinateur mais pas d'un chef. (Boltanski et Chiapello 2011: 125)

Cette citation englobe bien le paradigme managérial présent dans l'entreprise étudiée, qui est le reflet du discours de management des années 90. Il est donc intéressant de retrouver les traces d'un schème standard dans un milieu entrepreneurial pourtant reconnu pour sa population très jeune et son esprit innovant. En effet, les corps de métiers ne travaillent pas séparément, mais ensemble sous forme de petites équipes pluridisciplinaires s'occupant chacune d'aspects différents du produit, selon leurs spécialisations relatives. L'hyperspécialisation est vue comme quelque chose de négatif parce qu'elle anéantit l'esprit de corps recherché, mais aussi, elle ne permet pas une même vision d'ensemble du projet, vision souhaitée par la production de sorte qu'émergent des idées innovantes et créatives. Édouard par exemple, lorsqu'il me parlait de sa précédente expérience en France, me disait qu'il manquait singulièrement de procédures, faisant en sorte que chacun travaillait dans son coin et qu'on ne pouvait itérer sur ce que quelqu'un avait fait. Les coordonnateurs, à l'aide de la méthode *Scrum*, font la planification des activités, mais leur rôle n'est donc pas celui d'un chef, comme le disait plus haut Isabella, mais plutôt d'une personne qui organise conjointement avec les employés le calendrier des opérations.

Une plus grande décentralisation est nécessaire de par la nature du projet, qui fonctionne par petits incréments, mais aussi la nature créative des employés que se verrait négligée par une direction trop centralisée. Justement, cette volonté de coordonner les activités pour former un tout harmonieux, tel que spécifié plus haut, plutôt que de le gérer, ce qui implique de décider ce qui est le mieux selon les intérêts d'autrui. Or, la hiérarchie ne disparaît pas pour autant; elle ne fait que prendre une autre forme que la traditionnelle relation patron-employé. En fait, on décrit souvent les liens de subordination au travers du terme «client», donc quelqu'un est le client de quelqu'un qui est le client d'un autre client, etc. À ce sujet :

Et que tu sois junior, t'auras toujours un gars qui va vérifier ce que tu fais, quand t'es senior, t'as toujours un lead au-dessus de toi, quand t'es lead, t'as toujours un directeur au-dessus de toi, quand t'es directeur, t'as un directeur créatif au-dessus de toi, quand t'es directeur créatif t'as un directeur de production ou des *stakeholders*, donc t'es jamais libre de faire ce que tu veux et je pense que ça, ça peut être très difficile et de ressentir le poids de la hiérarchie et des décisions qui sont prises par d'autres, je pense que ça peut être très très dur pour certaines personnes. -Sam

Cette approche a le mérite de permettre aux développeurs de s'exprimer et de leur donner le sentiment de prendre directement part individuellement au projet, mais il n'en demeure pas moins que la direction créative est maintenue par les *leads*, approche qui comme nous le verrons plus tard, se voit critiquée par son manque de potentiel créatif puisque la vision d'ensemble leur appartient et que l'appropriation devient par le fait même difficile. En effet, la hiérarchie fonctionne tel un entonnoir, où les décisions se font du haut vers le bas, mais le bas a quand même un pouvoir créatif même s'il s'agit d'un travail de commande. Malgré l'usage de la métaphore haut/bas, cette relation n'est pas aussi écrasante; cela dépend de l'individu et de sa volonté à faire valoir ses idées et pour rappeler ce qu'Hélène m'a affirmé dans le chapitre précédent : «tout le monde a de grands égos». En ce sens, certaines personnes préfèrent se détacher et se mettre moins de pression par rapport à ce qu'ils peuvent directement apporter au projet :

More junior people have problems with that; they tend to get more attached to their work and thinking about a singular masterpiece and whatever and are more interested about making portfolio pieces but I think anyone with more senior role has been around the block a few times who realize that no one is going to see that unless you actually makes it into a game so it's our best interest to make sure this game actually ships and works so let's focus on the product and not on the individual components of it -Bruce

Cela rejoint le propos du précédent chapitre, où une distanciation se crée entre le joueur et le travailleur qui elle varie selon les aspirations de chacun. Bruce tend par exemple à se détacher de ce qu'il fait, au sens où il n'est pas en train de réaliser une œuvre, mais plutôt d'effectuer le travail qu'on lui demande du mieux qu'il le peut. En ce sens, il croit que : *«people got to realize it's not their baby, it's someone else's baby»*.

Cela dit, il ne faut pas oublier les visées initiales derrière le développement d'un jeu vidéo : il faut que ça vende. Cette pyramide mettant en relation les différents clients est à la base même d'un projet triple A puisque d'immenses sommes d'argent sont en jeu et c'est un peu cette dynamique qui différencie le jeu indépendant. Il s'agit là d'une structure grandiose, mais qui demeure fragile et c'est ce qui explique les différentes contraintes justifiant un processus de rationalisation, au sens où l'entend (Tschang 2007). En effet:

Creative products such as film and video games are increasingly complex and costly to develop which in turn leads to rationalization of the production or product development process. Rationalization is defined in this paper as the predominant focus on business interests or productivity-oriented production process, usually at the expense of creativity. (*Ibid.* : 989)

Cette même structure varie selon les entreprises et pour des raisons de confidentialité je ne saurais décrire en détail la structure de l'entreprise étudiée. Cependant, il semble qu'un processus de rationalisation au sens où l'entend Tschang soit bel et bien présent dans l'univers du triple A montréalais dont on encense le talent créatif. En ce sens, le feu vert ne peut être donné que par la direction lorsqu'il s'agit de

conceptualiser et produire un jeu, qu'elle soit constituée d'investisseurs ou par un conseil exécutif. Cela est d'autant plus palpable ici à Montréal puisque les grandes entreprises vidéoludiques sont étrangères et lorsqu'on parle de compagnies locales, celles-ci œuvrent dans un autre secteur que le triple A (*casual*, indépendant, pour enfant, mobile, etc.). Il ne faut pas oublier que les visées initiales sont celles du marché :

Il faut être capable de bien décortiquer le marché; savoir comment le marché évolue et s'assurer qu'on a des produits en adéquation avec ça. -Gaétan

Des contraintes émergent donc au niveau du budget alloué pour un projet, des échéanciers, mais aussi de ce qu'on saurait appeler la fonctionnalité, à l'instar de Drazin, Glynn et K. Kazanjian (1999: 297), où le produit doit correspondre aux normes ou attentes. Ces contraintes viennent structurer le développement d'un jeu sous tous ses angles et sont susceptibles d'avantager comme désavantager certains aspects du jeu, donc certaines disciplines. Par exemple, si la phase de *brainstorming* est essentielle à l'élaboration d'un *design* viable, elle doit rapidement mener à une phase de conceptualisation et de préproduction afin de pouvoir présenter quelque chose de tangible aux personnes qui ont un veto sur l'entièreté du projet.

Cette rationalisation prend tout son sens si l'on considère la compétition dans ce domaine :

Elle est très féroce : il y a beaucoup d'appelés et il y a peu d'élus. De plus en plus on voit qu'il y a concentration du marché auprès de quelques jeux qui sortent par année puis qui font la majeure partie du chiffre d'affaires. Oui, la compétition est extrêmement vive. -Gaétan

Choisir de développer un jeu est donc un pari risqué d'autant plus que le triple A nécessite un budget énorme, mais aussi plusieurs années de production. Dans une industrie où la technologie est centrale, cela augmente le facteur de risque puisque les systèmes évoluent rapidement et il devient nécessaire d'anticiper les changements dans le marché au fil de ces années de travail. Qui plus est, l'accent mis sur

le photoréalisme fait en sorte que les coûts de production augmentent eux aussi de façon significative :

Puis je pense qu'en tant qu'industrie on doit évoluer parce qu'en ce moment on regarde les ventes, les attentes pour avoir un jeu qui est financièrement viable, on parle de 3,5 à 5,5 millions de ventes. Je te mettrais au défi de regarder les ventes et combien de jeux entrent dans cette catégorie-là, c'est une minorité. –Hélène

Cette évolution dont parle ici Hélène passe par les façons de faire et de gérer les projets. Par exemple, la délocalisation comme la sous-traitance deviennent des stratégies viables afin de limiter le nombre d'employés à l'interne :

«[...] l'image de l'entreprise moderne est aujourd'hui un cœur svelte entouré d'une nébuleuse de fournisseurs, de sous-traitants, de prestataires de services, de personnels intérimaires permettant de variabiliser les effectifs selon l'activité d'entreprises amies.» (Boltanski et Chiapello 2011: 125)

Cette stratégie prend tout son sens dans un écosystème où les services sont à portée de main et permet de réduire les effectifs s'éloignant de ce qu'on pourrait appeler le noyau de la production. La délocalisation, elle, est possible lorsque la compagnie multinationale possède plusieurs studios (pensons notamment à Ubisoft qui œuvre autant à Montréal qu'à Shanghai, en passant par Kiev ou Casablanca); cela permet de séparer les effectifs et mettre les principaux studios sur des projets centraux et les studios secondaires sur de plus petites franchises. Elle peut aussi se faire au travers de partenaires internationaux afin de déléguer une partie de la production et éviter les risques d'embaucher une grande équipe sur un projet et risquer de ne pas avoir besoin de tant d'effectifs dans le futur. Cette stratégie est susceptible de causer certains inconvénients : les professionnels qui deviennent des sous-traitants voient leurs conditions de travail diminuer autant au niveau du salaire que des avantages sociaux. Cela n'est donc pas le reflet de la situation des développeurs engagés dans les grandes compagnies. Cet aspect est notamment palpable dans le domaine du QA (assurance qualité) et de la traduction, tâches qui sont souvent données à l'externe

par les compagnies de jeu. Le passage de testeur de jeux à développeur semble donc plus difficile qu'à l'époque, d'autant plus qu'on travaille dans des entreprises de «services» dédiés à la tâche et l'interaction entre développeur et testeur n'est pas la même. À cet effet :

Côté testeur, c'est complètement différent [de la situation des développeurs] je te dirais. En tant que testeur sur un projet, c'est pas mal plus relax, plus élevé, disons techniquement c'est un peu mieux. Mais quand tu es dans une boîte qui fait vraiment juste du test, tu es très *expandable* : ils peuvent juste te renvoyer puis prendre quelqu'un salaire minimum qui prend ta place. Ça m'est déjà arrivé une fois, je gagnais trop cher pour ce que je faisais finalement; «ahhh on a plus besoin de toi», puis la semaine d'après ils ont engagé quelqu'un de nouveau à la place de me rappeler. Donc on ne sait jamais ce qui peut arriver dans le milieu du test dans des boîtes de test. –Un testeur de jeux vidéo

Toutefois, limiter les effectifs n'est pas suffisant :

Ce qui est excitant en ce moment, c'est d'essayer de se dire : est-ce qu'il y a pas un moyen de créer autant de contenu tout en étant aussi intelligent que les développeurs indépendants qui sont 3-4 personnes et qui arrivent à «shipper» des jeux qui sont assez étonnants. Ça veut dire qu'eux, ils n'ont pas beaucoup de moyens, mais ils essaient de trouver des manières intelligentes; nous on a beaucoup de moyens alors on devient fainéants et on se dit : on va juste les utiliser comme ils sont décrits dans le manuel, c'est-à-dire il nous faut tant de personnes, etc. Donc sur ce projet c'est d'essayer de trouver une manière, une manière un peu différente de travailler, je te dirais que chaque projet est différent et puis chaque fois on essaye de se renouveler. Donc ça je te dirais que c'est le côté intéressant, d'essayer d'utiliser la technologie d'une manière un petit peu plus intelligente. -Adam

Nous le verrons dans le prochain chapitre, le jeu indépendant est devenu un modèle d'innovation puisque libérés des précédentes contraintes, les créateurs peuvent mettre en place des aspects innovants dans leurs jeux.

Bref, diminuer le nombre d'employés sur un projet est une stratégie qui serait viable pour créer un noyau mieux «soudé» et des employés qui s'approprient mieux le projet. Dans d'autres entreprises, c'est la stratégie inverse qui prend le dessus : on

embauche plus de gens afin de mettre plusieurs équipes sur des tâches connexes, voire les mettre en compétition pour sélectionner les meilleurs éléments qui en découlent, à l'instar du darwinisme entrepreneurial. Les risques sont différents : dans le premier cas, on risque de manquer de ressources et devoir «faire les coins ronds» alors que de l'autre, on risque de déboursier trop et de ne pas faire de profits si le jeu ne se vend pas autant que prévu.

Du côté des employés, on est conscient de cela :

I don't blame them especially when the game costs so much to make they got to make sure it's gonna work I mean it's a huge gamble and to me it seems that if I were an investor starting out a business and had choice to start another products than videogame, I'd be very hesitant about jumping in the video games cause this seems sooooo risky and chances that your game, which is gonna cost 60 million dollars and you're employing 300 people that are going to make it, the chances a really slim. So I'm not surprised there's not much innovation at the triple A side and we are seeing a lot of innovation on the indy side. –Bruce

Il y a donc un compromis à faire entre ce qu'on *voudrait faire*, de par l'appropriation qu'on fait du projet et ce qu'on *peut faire*, de par la structure qui est mise en place par la production. On retrouve de part et d'autre un certain discours du compromis, comme l'affirme Gaétan : «[...] les budgets augmentent, les budgets ne cessent d'augmenter dans le domaine du jeu vidéo donc on essaie de pouvoir contrôler ça et emmener *quand même* des produits de qualité sur le marché». Bien sûr, on veut continuer à innover dans ce qu'on fait, mais cela s'avère difficile dans un espace où s'entremêlent production et création et même si les dirigeants du projet veulent stimuler les développeurs à proposer leurs idées, cela demeure difficile vu les contraintes en place. En ce sens, j'ai pu assister à différentes réunions où la direction créative du projet souhaitait avoir des suggestions de l'équipe au niveau créatif. Or une réponse récurrente était qu'on ne dispose pas assez de temps pour l'exploration alors que les tâches quotidiennes sont trop prenantes pour s'y attarder. Pour utiliser une métaphore que l'on m'a présentée, on passe d'un chapeau à un autre. En ce sens, on doit essayer différents chapeaux, voir s'il convient au niveau esthétique, pratique

et le jeter si ce n'est pas le cas. Cela va de même au niveau des idées et une lancée qui semble être prometteuse peut rapidement être mise de côté puisqu'elle ne correspond pas aux visées initialement déterminées du projet. Il y a, en ce sens, un aller-retour constant entre l'émergence d'idées et la façon de structurer ces dernières de façon à ce qu'elles conviennent aux visées du projet. Il n'est donc pas étonnant que dans un cadre corporatif, l'individu créatif se voit idéaliser un espace de création laissant libre court à son individualité.

### **4.3 Courte mise en situation**

J'ai pu assister à de nombreuses rencontres et j'ai notamment observé la nature des relations entre les individus, mais aussi entre les disciplines. Dans un milieu créatif, les idées sont loin d'être homogènes et celles-ci semblent être structurées par des attaches disciplinaires comme par des intérêts personnels (ou égo). Au travers cette courte mise en scène j'espère rendre compte de la façon dont les idées s'entremêlent dans l'élaboration de concepts vidéoludiques, mais aussi des négociations qui s'effectuent et qui mènent à certains compromis tel que discuté dans la section précédente. Notons ici que la rencontre n'a pas été enregistrée et que ce compte-rendu en est un basé sur une prise de note intensive durant les échanges. Aussi, les données sont présentées de sorte que des informations confidentielles ne soient pas divulguées : l'intention est plutôt de mettre de l'avant les interactions que les positions elles-mêmes et ce qu'elles sous-tendent pour le jeu en question.

La rencontre était d'une durée d'une heure et avait pour but de discuter d'un aspect particulier du jeu, soit les armes. Le contexte était idéal pour observer les interactions puisque le sujet central était bien en évidence et s'avérait univoque. En ce sens, toute la discussion s'articulait autour d'une même idée sous forme d'échange entre les différents acteurs qui amenaient des propositions, voire argumentaient entre eux

sur la façon idéale de développer cet aspect du jeu. Cette perspective est celle empruntée de l'acteur-réseau, elle permet de lier ensemble les différents acteurs, mais aussi, de s'éloigner des relations de pouvoir pour aussi révéler quels sont les défis au niveau technologique, mais aussi logistique<sup>51</sup>.

La proposition initiale est celle de l'artiste s'occupant de modéliser les armes : celui-ci, dans un souci de faisabilité, propose plusieurs modèles d'armements dont les différentes parties seraient modifiables grâce à une banque de styles différents au niveau visuel et mécanique, mais toujours en se basant sur un même prototype de base. Il agrmente sa proposition de plusieurs modèles qu'il a conçus et qui, à première vue semblent franchement réussis! Sa motivation est de proposer quelque chose de concret, réalisable et efficace afin de correspondre aux visées du *lead designer*. Ce dernier veut qu'il y ait une panoplie d'armes à la disposition des joueurs et qu'elles semblent aussi différentes que possible. Cette proposition rejoint bien les motivations du *game design*, qui sont ceux et celles qui structurent l'expérience du joueur, soit par un système de règles qui déterminent en bonne partie la jouabilité dans un jeu. Son but ici est donc d'éviter le sentiment de répétition qui pourrait se créer chez le joueur lorsqu'il interagit avec des armes et c'est pourquoi une bonne cohésion entre les artistes et les designers est importante, afin que l'aspect visuel rejoigne bien l'expérience que le designer a imaginée. Le design va donc au-delà de l'interaction directe avec une quelconque entité dans un jeu, elle concerne l'expérience du joueur dans son ensemble.

---

<sup>51</sup> Dans cette analyse, je m'inspire de l'approche acteur-réseau notamment présentée par Latour (2007, 2012) qui prône une analyse centrée sur les connexions entre les individus dans le but de mieux comprendre le «fluide» qui circule dans un milieu social donné, à l'instar par exemple du courant électrique dans les lignes à haute tension. Cette posture épistémologique, bien qu'elle ne propose pas quelque chose de réellement nouveau, a le mérite de valoriser le travail descriptif de l'ethnologue préalable à tout effort de compréhension et de théorisation. Aussi, cette approche se veut centrée sur les croyances de ceux que Latour nomme les «modernes» (2012) au sens large, donc ces peuples qui ne sont pas «ethnographiques» et que l'on ne saurait isoler dans un groupe restreint.

Par contre, le problème ici était que le système d'armement n'était pas tout à fait conceptualisé, puisqu'entre la modélisation graphique d'armes et la mise en place d'un système d'armement cohérent sur papier, il peut y avoir un grand fossé. Au-delà du nombre d'armes qu'on veut offrir au joueur, on veut aussi que celles-ci soient uniques et cela est l'aspect mis de l'avant par le directeur créatif qui se voit sceptique par le fait de prendre une même arme et la moduler sous toutes ses facettes. La discussion jonglait donc entre le fait de créer moins d'armes, mais les rendre aussi différentes que possible les unes des autres ou bien créer plus d'armes, mais avec un modèle de base interchangeable. S'opposent ici des contraintes pratiques et des contraintes créatives : il serait évidemment beaucoup plus long de créer une à une les armes, même si cela serait optimal au niveau immersif. La vision du directeur créatif est celle d'un «*dream holder*», comme on dit dans le milieu managérial, soit une personne qui détermine la ligne directrice du projet en ce qui concerne la création; des aspects pratiques jusqu'aux aspects plus conceptuels.

Cependant, la discussion vient se complexifier alors qu'il devient question d'animation : il faut des repères afin de pouvoir positionner les mains des personnages sur ces armes et qui dit diversité, dit complexification de la tâche des animateurs. Animer un objet est une tâche complexe qui nécessite beaucoup de travail, même pour certains mouvements qui semblent à première vue simplistes. En ce sens, on veut créer des mouvements qui seront les plus réels possible et il s'agit d'un élément important dans l'équation du réalisme vidéoludique. Par exemple, si les mécaniques des armes changent, il devient nécessaire de modifier les points d'ancrage autour desquels les animations seront créées puisque les personnages ne tiendront peut-être plus les armes au même endroit. L'animateur en place se questionne donc sur les différentes possibilités offertes au niveau de l'animation. On se demande de façon plus large s'il faut donner une marge de manœuvre aux animateurs ou bien rester conservateur et attendre que la version préliminaire soit terminée pour ensuite créer des variations animées. L'interdépendance des disciplines est ici très importante et un manque d'un côté peut rapidement causer un ralentissement dans les activités

d'un autre, d'où l'importance d'un commun accord pour mieux progresser dans le projet et donc de réunions comme celle-ci. Il convient ici de noter que la production d'un jeu s'effectue par étapes succinctes alors que l'équipe doit rendre des comptes à sa haute direction selon un échéancier bien précis. On se demande donc s'il serait possible de livrer pour la date prédéterminée, ce qui devient difficile puisque cela constitue un frein à la masse d'idées qui émerge constamment chez les développeurs.

Revenons à nos moutons : sachant que plusieurs personnages pourraient utiliser ces armes, on se demande si celles-ci devraient être à l'échelle des personnages : un plus petit aurait une arme plus petite et il en va de l'inverse pour le plus gros. Notons l'approche plutôt passive du côté de l'artiste et de l'animateur vis-à-vis le *lead designer* qui prend plus d'initiatives face au directeur créatif, qui a en quelque sorte le veto créatif du projet. Les deux premiers attendent, en quelque sorte, qu'un consensus émerge afin de savoir vers où se diriger, mais cela ne semble par concluant. On veut donc des directives artistiques précises de la part des designers et cela s'avère difficile lorsque certains éléments n'ont pas encore fait consensus.

Cependant, le producteur, demeuré en retrait depuis le début de la discussion, vient rappeler que le contrat stipule qu'un certain nombre d'armes doit être livré avec un style seulement. Le rôle du producteur est de s'assurer que les modalités définies avec la haute direction au travers du projet sont bien respectées et de faire une gestion pratique des opérations, il s'agit donc du manager en chef qui veille au bon déroulement de la création du jeu. L'artiste tentera par la suite de déterminer quelles sont les parties des armes qui peuvent être changées afin de permettre une exploration, mais se verra désapprouvé par le producteur qui permettra une exploration visuelle, mais pas mécanique. Et le directeur créatif de rappeler qu'on veut créer des armes qui ne seront pas génériques, mais qui seront représentatives de l'univers fictionnel du jeu. Le producteur a donc un veto sur les différentes avenues empruntées dans le projet et agit comme intermédiaire entre les visées créatives des développeurs et les modalités de production venant du haut.

On voit donc se poser un dilemme unissant autant des questions de style, de mécanique, de métrique que de diversité au niveau de la création. Au niveau de la production, on se doit de respecter un échéancier, ainsi que de nombreuses modalités déterminées. Ainsi se crée une opposition entre l'exploration (pratique plus libre et créatrice) et une démarche s'axant plutôt sur un modèle déterminé pour la présentation devant la direction (la production). Cette situation est à l'image du contexte créatif dans l'entreprise, où d'une part on voit sensiblement émerger autant d'idées qu'il y a de développeurs, mais de l'autre, on se voit obligé d'instaurer une certaine rigidité de production, sinon rien de concret n'en ressortira. Le consensus est quelque chose de difficile à obtenir en ce qui concerne les avenues créatives et cela est en partie imputable aux développeurs qui ont tous des visions différentes de ce à quoi devrait ressembler le jeu.

De façon plus large et en guise de conclusion pour ce chapitre, on voit émerger deux espaces dans cette rencontre qui sont susceptibles d'entrer en contradiction : les demandes bien définies pour le prochain échéancier (donc une définition de tâches précises) et celle de façon plus large, pour le jeu en général (donc une vision d'ensemble). Au cours de mes observations, il m'a semblé que cet aspect était difficile à gérer pour certaines personnes qui ne savaient pas exactement s'y retrouver. En ce sens, un espace créatif est toujours à la portée des développeurs, mais surtout des *leads* et cela fait en sorte que des idées émergent constamment. Cependant, les contraintes dont j'ai parlées dans ce chapitre viennent limiter les ambitions créatives de l'équipe; celles-ci sont vues comme un bâillon pour certains, ou comme une façon de gérer efficacement la production et obtenir des résultats pour d'autres. Nous verrons dans le prochain chapitre comment cette façon de faire affecte les produits sur le marché, mais aussi comment on tente de trouver des façons alternatives de créer des jeux. On voit donc apparaître une tension entre le fait de créer, qui apparaît – grossièrement- comme une pratique libre et le fait de produire quelque chose dans un espace qui se veut essentiellement mercantile. Nous avons aussi mis de l'avant les grandes lignes venant définir l'industrie du jeu vidéo montréalaise de façon à

démontrer que cette structure a des répercussions sur les façons de faire sur le terrain. Nous aurons l'occasion d'y revenir afin de considérer les stratégies mises de l'avant par l'industrie, vue de l'œil des développeurs qui se questionnent sur la pérennité de Montréal comme plaque tournante du monde vidéoludique.

## Chapitre 5 : Entre créativité et production

Bien que ce paradigme nous suive depuis le début de ce travail, je tenterai de proposer, dans ce chapitre, une analyse plus pointue au travers des témoignages de mes informateurs. Dans le chapitre 3, cet aspect se présentait dans la vie des gens directement, où l'on séparait création et production. Jordan, par exemple, qui voue une passion à la musique et y laisse aller sa créativité dans les titres qu'il compose alors qu'au niveau vidéoludique, il veut participer à la création de succès et ne cache pas le fait qu'il est là pour faire de l'argent. Il y a donc une différence entre la pratique du jeu vidéo à temps perdu et travailler sur un jeu dans un milieu de travail organisé. Dans le chapitre 4, ce paradigme s'actualisait dans les procédés : on voyait alors apparaître une tension entre le développement du jeu par étapes successivement définies et l'exploration, où les développeurs sont mieux en mesure de s'approprier leur travail créatif. On peut se référer à l'expression «rationalisation» qui d'un côté vient mettre de l'avant une perte de créativité, mais qui de l'autre est susceptible d'invalider une séparation qui n'a pas lieu d'un point de vue managérial. Le milieu de production vidéoludique fourmille d'idées et les développeurs s'adonnent, du moins formellement, à un travail créatif dont la finalité est de mettre sur le marché un jeu qui se démarque de la concurrence. Cela dépend en effet du regard porté à l'objet puisque l'aspect «production» inclut la création dans sa vision du projet, mais la réalité décrite par les employés me pousse à croire qu'il s'agit d'une division bel et bien présente. Division ici ne suppose pas nécessairement un problème, mais plutôt une balance dont le défi est de trouver le juste équilibre, sans quoi certaines personnes se trouvent désavantagées; je pense à ceux et celles qui veulent s'impliquer davantage dans le processus créatif.

Nous verrons dans ce chapitre ce comment les développeurs conçoivent et vivent ce paradigme et quelles sont leurs réactions face à cette condition. D'abord, nous évaluerons comment les enjeux d'ordre technologique, culturel et marketing font face

à ce paradigme et la façon dont ils influencent le travail et les réflexions des développeurs. Cette piste nous emmènera ensuite à considérer l'image du développeur, soit dans une perspective historique pour comprendre la façon dont cette position s'est transformée à mesure que les jeux vidéo et leur statut se sont eux-mêmes transformés. Séparer une pratique relevant de l'individualité à une plutôt corporative fait en sorte que deux types de reconnaissance se mettent en place : la première provient plutôt de ce qu'on pourrait appeler la communauté de développeurs qui valorise la créativité des individus et la seconde du milieu de travail, où l'on valorise l'expérience et l'employabilité de façon à pouvoir passer d'un projet à l'autre. Ce sera l'objet de la troisième section de ce chapitre. Enfin, nous nous questionnerons sur la pérennité de l'industrie du jeu vidéo montréalais et par le faire même sur Montréal comme ville créative puisque c'est une question que les développeurs eux-mêmes se posent et sur laquelle les avis semblent diverger.

## 5.1 Le modèle tripartite

Dans cette section, j'aimerais me pencher plus précisément sur l'aspect commercial du jeu vidéo, donc en tant que produit, afin d'évaluer la façon dont une tension entre la création et la production est susceptible d'influencer les jeux offerts sur le marché et la façon dont on les perçoit. En ce sens, nous pouvons revenir directement au modèle tripartite proposé par Kline, Dyer-Witford et De Peuter (2003) qui avait déjà, à l'époque, un fort potentiel explicatif. Les auteurs ont repris un modèle proposé par Raymond Williams alors qu'il étudiait la télévision pour l'adapter à la réalité vidéoludique d'aujourd'hui. En effet :

Our model conjures a historical moment when cultural processes, market growth, and technological innovation have been assimilated into the ensemble of management practices that are focused on fostering and exploiting the dynamism that is created between these circuits in a wired marketplace that is beset with instabilities in meaning and identity. (*ibid.*: 59)

Les trois vecteurs que sont la technologie, le marketing et la culture ont été palpables au travers mes observations, mais la situation s'est depuis complexifiée alors que chacun des pans se sont transformés dans une industrie qu'on a encore de la difficulté à bien comprendre. Cependant, bien que le marché se soit depuis diversifié, ce modèle nous permet tout de même de mieux comprendre le paradigme dans lequel évoluent les développeurs de jeux. Le modèle sera ici étudié en mettant de l'avant les développeurs comme terminal créatif, à savoir de quelle manière ces trois vecteurs viennent directement influencer leurs pratiques.

L'aspect technologique est le plus facile à cerner dans une industrie qui en est directement dépendante. Dans mes discussions avec Gaétan, chef d'entreprise, la notion de «technologie» était récurrente : c'est quelque chose qui fascine, qui est constamment en mouvement et qui crée des défis non négligeables pour l'entreprise. S'il s'agissait de l'un des pôles centraux de l'industrie dans les années 90, cela s'actualise encore aujourd'hui et particulièrement dans le monde du triple A. Cependant, ce regard «techno» n'est pas partagé par tous :

Nobody knows how to get of this chasing the graphics and the tech dragon and it's not like hardware, it's not getting cheaper, it's not getting cheaper at the rate technology is going. The fact that technology is getting cheaper is hurting the abilities for games because you can't rush the ability for the tools to use that technology as fast as technology runs. -Luke

C'est un discours que l'on retrouve souvent du côté des développeurs qui critiquent cette attention constante portée du côté du photoréalisme, soit des graphiques puisqu'il s'agit d'un aspect coûteux à développer. Ce développement se ferait au détriment d'autres aspects:

I'd love to see more innovation on the triple A side because I think there is so much we could do, it seems that every generation of console is just ramping up the graphics but you know, forget about the graphics man,

just focus on the AI<sup>52</sup> for once, make a game that's actually intelligent and unpredictable. –Bruce

Cependant, comme le disait Luke ci-haut, on ne sait pas comment se détacher de cette course aux technologies; que ce soit face à la compétition, puisque les différentes productions sont susceptibles de faire des percées à ce niveau, ou face aux supports, alors que les capacités techniques des consoles et appareils mobiles ne cessent de s'améliorer. Du côté de mes informateurs, on ne veut pas tant mettre de côté le développement technologique dans les jeux, mais en détourner les finalités qui de façon générale sont dirigées vers l'aspect visuel. Il faut noter ici que cette critique émerge dans un contexte où depuis plusieurs années, le *casual game* a pris de l'ampleur autant de par la diversité des supports jouables (téléphones, appareils pour écouter de la musique, tablettes, etc.), mais aussi des productions alors que se trouvent de plus en plus valorisés les jeux indépendants par exemple<sup>53</sup>. La distribution est désormais facilitée de par des plateformes comme *Steam*, soit l'une des plus grandes innovations des dernières années au niveau marketing qui permet d'acheter et télécharger des jeux en ligne, mais sert aussi de vitrine pour les plus petites productions qui n'ont plus besoin de distributeur conformément à l'ancien modèle de distribution. En ce sens, ce nouveau modèle a permis l'émergence de nouveaux concepts vidéoludiques puisque les jeux dits «indépendants» permettent une plus grande exploration et en ressortent des jeux plus éclectiques au niveau des idées, style, thématiques, etc. On peut donc dire que l'industrie s'est, de façon générale, diversifiée et que devant des modèles d'affaires qui fonctionnent du côté des jeux indépendants comme des jeux *casual*, le triple A se voit remis en question par les développeurs.

---

<sup>52</sup> Pour *artificial intelligence* (intelligence artificielle).

<sup>53</sup> Voir les chiffres sur le site de l'*Entertainment software association of Canada* (ESA) au <http://www.theesa.ca> (page consultée le 19 juin 2014), où sont publiés des rapports couvrant les années 2009 à 2013.

Cependant il ne faut pas oublier que les productions diffèrent et sont intrinsèquement différentes, ce qui fait en sorte que l'industrie est désormais segmentée :

Dans les *indy*, c'est difficile parce que ça coûte cher de faire un jeu pis après ça souvent t'as pas d'argent pour le marketing fac là faut que tu aies des partenaires pour ça, fac je pense que c'est difficile de faire de l'argent. Sauf que tu peux être plus créatif, t'as moins de contraintes parce que dans le triple A t'as plein de contraintes. T'as ton *publisher*, ta compagnie, t'as beaucoup de monde qui travaillent aussi, c'est des équipes de 100 à 2000 personnes. Les *indy* c'est beaucoup plus difficile; pour fonctionner, c'est des plus petites équipes, y'a des jeux extraordinaires là-dedans, sauf qu'après ça, tu peux pas vendre un jeu *indy* à 80\$ comme un triple A, ça ne vaut pas ça l'expérience, à mon avis, c'est pour ça que c'est un jeu *indy* pis qu'ils vendent ça 20-30\$ sur *Steam*. -Jordan

Cette emphase sur le modèle indépendant est importante puisqu'il est vu par les développeurs comme un lieu d'émancipation créative : en dehors d'une grande structure organisationnelle, voire industrielle, il est possible de laisser court à ses idées puisqu'on juge que l'approche du triple A est souvent conservatrice, vu les contraintes présentées dans le chapitre précédent. Il s'agit donc d'un exemple où la culture vient créer des remous, si l'on peut dire, dans le milieu du jeu vidéo alors qu'émergent du bas de plus petites productions qui progressivement viennent influencer les schèmes de production en place dans le triple A. Par ailleurs, certaines grandes compagnies semblent vouloir profiter de la vague en affichant l'étiquette «*indy*» à leurs productions. Malgré les énormes budgets alloués, il faut noter que ces compagnies prennent des risques au travers de ces productions ne sont pas dans leur créneau habituel et il sera intéressant de voir si, dans les prochaines années, l'influence sera notable dans leurs principaux projets. L'impact au niveau technologique est palpable puisque les autres modèles d'affaires s'en détachent et font des jeux avec des équipes restreintes qui favorisent plutôt l'aspect marketing (surtout du côté des jeux *casual*) et culturel (plutôt du côté indépendant).

Au niveau marketing, on sait que les produits doivent être en adéquation avec le marché et plusieurs stratégies sont utilisées pour y parvenir : pensons à l'utilisation

de franchises et la sérialisation, pour ne nommer que celles-ci. Devant les critiques des académiques sur le conservatisme des jeux vidéo, de même que ma propre appréciation des produits disponibles, j'ai décidé de questionner les développeurs sur la question pour me rendre compte que c'est un discours qui circule aussi parmi les créateurs de jeux. Tous ne le partagent pas au même niveau; alors que certains critiquent directement le manque créatif dans le triple A, d'autres, comme Jordan, croient que c'est une question de catégories et qu'il faut faire son choix. Cependant la critique portée envers les stratégies abordées par les grandes entreprises va au-delà des visées créatives; elle concerne la nature même des jeux qui y sont produits. Par exemple, voilà ce que Luke avait à me dire sur l'opposition entre création et production :

It is not a conflict between me and production, it is about me and the people they have to report to and represent and possibly the disconnect between how innovation is made and how factory games are made. It's a very interesting thing to watch and to see how it evolves in time, like the only thing that's going to knock it will be, unfortunately, failure. If they do it this way and it works, and they get some successful games that way, they'll double down into it.

On croit donc que l'échec pourrait être une occasion pour les compagnies triple A de repenser leurs façons de faire, de même que les produits qu'ils offrent, sachant qu'on a une formule gagnante et qu'on ne semble pas prêt à s'en détacher. Nous verrons plus loin que l'immaturation de cette industrie porte plusieurs développeurs à croire que les choses pourraient changer alors qu'il s'agirait d'un modèle intenable.

Je suis pas sûr que l'industrie soit prête, c'est une jeune industrie et une industrie relativement immature. Ils ont trouvé une formule qui marche maintenant et je pense pas qu'ils soient prêts à lâcher cette formule. Je pense pas que ça va changer, les développeurs indépendants ne sont franchement pas une menace pour les studios comme Ubi ou EA; c'est pas ça qui va leur créer du tort, c'est pas ça qui va faire qu'ils ne vont pas acheter leurs jeux. -Adam

Devant une formule gagnante, on croit donc que l'industrie n'est pas encore prête à changer de modèle et c'est lorsqu'elle connaîtra l'échec qu'elle saura revoir directement ses façons de faire. Cependant, comme on l'a vu dans le chapitre précédent, des changements progressifs sont en train de se faire de façon à faire diminuer les budgets tout en conservant le même niveau d'innovation, comme le disait plus haut Gaétan. Ce qu'on critique, c'est surtout l'absence d'une marge de manœuvre puisque le processus d'innovation passe nécessairement par des échecs avant de trouver la formule gagnante. C'est ce qu'affirme Luke : «*the problem with innovation is innovation does and should fail, often*», mais cela n'est pas une option viable du côté de la production alors que les projets valent plusieurs millions.

De ce fait, on revient rarement sur des formules qui ont moins bien marché puisque l'industrie ne disposerait pas de cette marge de manœuvre. Selon Roger, professeur en design 3d, le prototypage est quelque chose que l'on devrait mettre de l'avant :

Dès que tu donnes la possibilité de te planter, tu donnes beaucoup plus la possibilité de réussir. Si tu donnes pas la possibilité de te planter, tu vas juste prendre le chemin *safe*, tu vas dire «ben je peux pas essayer, si j'essaye pis je me plante, j'ai plus rien en avant de moi».

Si l'on regarde plus précisément comment cela s'actualise au niveau créatif, certaines personnes ont de la difficulté avec ce qu'on appelle le travail de commande :

À la base il y a pas vraiment eu quelqu'un au niveau créatif qui a dit : ça serait intéressant. On a perdu cette liberté-là dans l'industrie maintenant où on se dit : tiens j'aimerais créer un jeu qui fait ça, ça, ça et puis c'est complètement différent de ce qui a été vu. Parce que t'as des investisseurs qui vont arriver et qui vont te dire : ok on veut bien te donner l'argent, mais voilà les risques et ça nous tente peut-être pas de prendre autant de risques alors si tu veux le faire c'est sois tu pars et tu le fais toi-même en tant que développeur indépendant et puis tu demandes de l'argent à des gens en *kickstarter*<sup>54</sup> ou des trucs comme ça ou tu acceptes de travailler

---

<sup>54</sup> *Kickstarter* est un site web où les gens peuvent proposer divers projets ou inventions de leur cru, dans le but d'obtenir du financement du public. N'importe qui peut financer un projet en obtenant en retour le produit et des extras, selon le montant alloué. Le jeu vidéo fut le premier produit à démontrer l'efficacité de ce type de financement, où les créateurs

dans une grosse compagnie comme ça, mais ça veut dire que tu deviens plus un outil créatif que un point de départ. –Adam

L'expression outil créatif est ici très évocatrice puisque c'est autour de balises bien déterminées que les développeurs pourront créer. On n'a donc pas vraiment l'impression d'être un terminal créatif duquel les idées émergent puisqu'elles sont décidées par la haute direction, voire les investisseurs, qui choisissent quel type de projets ils veulent financer. C'est autour d'une analyse avantage-coût que seront choisis les projets mis en place, faisant en sorte que ces derniers ne tiennent pas initialement à une série d'idées bien ficelées, mais plutôt à une commande venant du haut, demandant expressément de créer un jeu selon une franchise que l'on se serait appropriée ou une suite à une production qui a bien vendue. Évidemment, tous les projets ne sont pas construits selon ce modèle; certains studios prennent effectivement des risques, mais ces initiatives relèvent souvent d'exceptions à la règle. Cette façon de choisir ce que l'on devrait intégrer dans le jeu est critiquée; toujours selon Adam :

C'est un peu quelque chose qui est inquiétant parce que l'industrie est en train de partir vraiment dans une direction où on fait des figures de style; c'est genre, on ouvre un magazine et puis on se dit: ça, faites-le à votre sauce. Ça devient vraiment chirurgical et puis c'est vraiment des études de marché et puis qu'est-ce qui marche, qu'est-ce qui marche pas, qu'est-ce qu'on a, qu'est-ce qu'on a pas, dans le catalogue, qu'est-ce qui nous manque? Qu'est-ce qui faut faire pour être compétitif?

On parle ici d'une figure de style, au sens où l'emprunt renvoie directement à quelque chose, mais s'en trouve légèrement modifié. On croit donc que quelque chose se perd dans cette sélection, puisque le noyau (ou les idées), à la base du jeu, ne sont pas nécessairement en concordance avec les moyens qui sont mis en œuvre pour en faire un jeu. On crée donc autour de ces paramètres, sans qu'il y ait une démarche de base que l'on saurait associer à la création : soit une réflexion qui mènerait à

---

de *Broken Age*, publié en 2014, ont obtenu un montant beaucoup plus élevé que ce à quoi ils s'attendaient. Il s'agit donc d'un moyen de financement accessible, qui réduit les coûts liés au marketing puisque les investisseurs sont en fait les consommateurs.

l'élaboration d'un concept innovateur, puisque la création est quelque chose à laquelle on associe un statut de nouveauté. Dans le cas de la production, on réfère plutôt à la mise en œuvre de quelque chose de contrôlé, déterminé et répété; on y associe plutôt un statut de reproductibilité. Cette critique reprend certains fondements de ce que l'on retrouvait déjà du côté de l'école de Francfort; pensons par exemple à *L'œuvre d'art à l'époque de sa reproduction mécanisée* (Benjamin 1955) qui stipulait que l'œuvre perd son aura au travers de sa reproductibilité mécanisée. Si nous enlevons le terme mécanisé, qui s'adressait aux peintures, à la photographie ou au cinéma dont il critiquait l'impact politique lors de la rédaction de l'essai, on retrouve une similitude entre ce qu'on considère un réel travail artistique et quelque chose qui n'est qu'une réplique. Celle-ci n'a pas besoin d'être une copie conforme d'une œuvre; elle n'a qu'à utiliser ce que d'autres ont fait sans intrinsèquement apporter quelque chose de distinctif. Quelque chose se perd donc au niveau du fond; soit ce petit je-ne-sais-quoi dont on m'a souvent fait mention et qui vient souligner un manque dans une production de plusieurs millions de dollars avec un haut niveau technique, mais avec cette «aura» dont parlait Benjamin en moins. Le terme «commodité» représente bien cette distinction, en posant un œil «marxisant» sur un produit culturel qu'on crée dans un but de profit plus que pour remplir sa fonction initiale.

Cela nous emmène au niveau culturel, alors que les ventes et chiffres d'affaires sont les indicateurs retenus pour juger du succès d'un jeu vidéo. Succès commercial n'équivaut pas toujours à production sans aura, ce qui nous ramènerait à un relativisme artistique dont il n'est pas question ici. Ce qui est critiqué chez les développeurs relève plutôt de l'engouement qui suit un jeu à succès; souvent mérité puisqu'il jette de nouvelles bases. Devant cette formule gagnante, on voit beaucoup de studios tenter d'entrer dans la vague en copiant la formule utilisée dans le jeu à succès, mais en l'adaptant à sa sauce.

What's happening right now is we know that maybe the top 5 games will make money and instead of any company saying «oh that's insane, let's step back, let's make smaller games with smaller teams, let's get double

A or A or whatever, let's experiment, let's hope for a Dark souls<sup>55</sup>. [...] Every triple A company has looked and said ok, we're gonna be one of those 5, let's bet the farm. And then as soon as they bet the farm, they get extremely risk averse, they get very very frighten at anything that doesn't look like what it should be even though there is no history of copycat games actually making more money. -Luke

C'est un phénomène qu'on a souvent vu et qu'on continue à voir dans le monde du jeu vidéo, soit l'émergence de modes vidéoludiques suite au succès d'un jeu; pensons par exemple aux jeux de palette, où suite au succès de *Pong* (Atari, 1972), plusieurs compagnies ont tenté de faire leur propre jeu de palette. Plus récemment, le jeu MMORPG (pour *massive multiplayer online role playing game*) a créé un effet de mode suite à l'immense succès de *World of Warcraft*<sup>56</sup> (Blizzard entertainment, 2004) et on a vu l'offre de MMORPG se décupler, même si *World of warcraft* demeurait numéro un dans le domaine. C'est une stratégie que Luke ne comprend pas, surtout dans le cas du MMORPG alors que les amateurs de ce genre vidéoludique ne peuvent se permettre de jouer à plusieurs jeux puisqu'il s'agit d'un style très demandant et qui prévoit une expérience à long terme. Selon lui, c'est méconnaître les phénomènes culturels et ne voir que du côté marketing puisque ce genre de stratégies ne peut pas fonctionner et toujours d'après Luke, c'est ce qu'on a vu du côté d'Austin aux États-Unis, soit des échecs auprès de plusieurs compagnies qui s'étaient lancées dans le MMORPG.

Plus encore, on fait une différenciation dans la façon que l'on conçoit aujourd'hui les jeux qu'on produit :

---

<sup>55</sup> Jeu développé et édité par *From software*, compagnie japonaise, en 2011. Ce jeu a la particularité de proposer des mécaniques de jeu très particulières, notamment avec son niveau de difficulté très élevée; ce qu'on ne retrouve que très rarement au niveau des grosses productions.

<sup>56</sup> Notons le grand intérêt porté envers le jeu en ligne du côté académique tel que souligné dans la revue de la littérature. Il s'agissait d'une révolution puisque ce type de jeu proposait une interaction beaucoup plus libre avec l'univers diégétique, incluant les autres joueurs.

Les jeux indépendants détruisent ce moule et en créent un et c'est ça qui intéresse les gens et c'est ça qu'on faisait à l'époque au tout début des jeux : on vendait un moule différent et on disait quelle espèce d'expérience et de rythme on va vendre. À l'époque des pong-like, on appelait ça un clone, c'était plus honnête que maintenant où l'on nomme ça une licence. -Adam

Si à l'époque on voulait plutôt mettre de l'avant une expérience, soit un contenant dans lequel évoluait le joueur, ce serait le contraire aujourd'hui, où l'on emprunte des contenants différents pour y produire un contenu sur lequel on mise. Cela a fait en sorte que l'expérience vidéoludique a grandement changé avec le temps et que le milieu du triple A s'est agglutiné autour de façons de faire que l'on trouve relativement homogènes. Par exemple, en ce qui concerne l'assistance au joueur et le niveau de difficulté :

Maintenant, si tu joues à un jeu pis admettons tu le trouves trop difficile, tu meurs, il faut que tu recommences, pour continuer faut que tu aies une espèce de *leap of fail*, faut dire tu vas te donner une chance. La chance ça peut être quantifié en terme d'heures, de minutes, de secondes et il y en a qui ont la mèche plus courte que d'autres. C'est sûr qu'avec toute la compétition, les développeurs de jeux ne veulent pas faire un jeu qui soit trop punitif puis qu'en cinq minutes la personne voudra plus jouer. -Marc

Il faut noter ici que les développeurs sont souvent des joueurs et que ces derniers, majoritairement dans la trentaine, ont vu évoluer les différents genres vidéoludiques. Ce qu'on critique à ce niveau, par exemple, c'est la nécessité de récompenser le joueur rapidement au travers de courtes séances de jeux, de l'aider constamment au cours de sa progression ou, de façon plus générale, la baisse du niveau de difficulté dans les jeux triple A en général. Marc, ici, croit que c'est une stratégie visant à garder le joueur en haleine de sorte qu'il ne se tanne pas comme c'était par exemple le cas dans les jeux de l'époque qui se voulaient plus «punitifs» : lorsque je perds, je dois recommencer au point de départ. La «perte» est de moins en moins grande dans les nouveaux jeux et il est rare que l'on devienne frustré ou que l'on cesse de

jouer par frustration<sup>57</sup>. On veut que le joueur ait l'impression d'accomplir quelque chose à long terme en limitant autant que possible le sentiment d'échec; c'est pourquoi l'aspect photoréaliste devient important puisqu'on veut que ce dernier évolue dans un univers de plus en plus étendu afin de limiter la répétition. Il s'agit d'une instance où la technologie et l'aspect commercial du jeu prennent le dessus sur l'aspect culturel puisqu'ils viennent, dans ce cas-ci, moduler les attentes des joueurs en rapport aux productions triple A.

Cette tendance à recourir aux mêmes contenus se retrouverait aussi du côté des thématiques, lesquelles ont bien été traitées par Kline, Dyer-Witthford et De Peuter (2003) au travers du concept de masculinisation militarisée, mais que l'on retrouve aussi chez certains développeurs.

In our view, an account of violent representations in interactive games that focuses only on the notorious «shooters» and «fighters» grossly understated its pervasiveness. Such games, while extreme, are only one manifestation of a larger thematic complex that focuses gaming culture on the subject-position and discourses of what we term «militarized masculinity». This complex interweaves ingredients that range from shooting and fighting skills to magical spells of destruction, strategic and tactical war games, espionage, and scenarios of exploration and progress culminating in the ability to conquer alien civilization. (ibid.: 254-255)

Or, les thématiques violentes ne sont pas le créneau de tout le monde; Bruce par exemple, ne se sent pas valorisé par les thématiques mises de l'avant dans les jeux auxquels il contribue et n'hésiterait pas à passer du côté des jeux éducatifs par exemple, s'il y retrouvait les mêmes conditions de travail. Notons ici que je me dé-

---

<sup>57</sup> Les jeux ont en effet beaucoup changé à ce niveau et cela est en bonne partie attribuable aux contraintes techniques de l'époque, où la ligne était mince entre la réussite et l'échec. De plus en plus, les jeux se sont dotés de systèmes de sauvegarde permettant de conserver le progrès du joueur et éviter de recommencer ce que l'on a déjà accompli lorsque l'on perd. L'aspect agonistique s'est progressivement détaché du jeu pour valoriser d'autres fonctions du jeu dont la mimique dans les jeux de rôles qui permet l'exploration d'univers riches et de trames narratives complexes.

tache des débats entourant les représentations de la violence (ou violences médiatiques); je pense plutôt à la violence comme thème récurrent dans le domaine du jeu vidéo.

Il en va de même pour les représentations de la femme dans le jeu vidéo qui s'est retrouvée critiquée du côté des *Cahiers du jeu vidéo*<sup>58</sup> ou de *Feminist frequency*<sup>59</sup> par exemple, alors que l'on tente de tracer les lignes directrices qui dirigent les représentations de la femme dans les différentes productions. À cet effet, Marie m'affirmait au sujet des personnages féminins dans les jeux que : «elles sont plus pour plaire à la gent masculine que pour apporter un rôle féminin positif aux filles qui veulent jouer à ce jeu-là». Ces représentations se retrouvent quelque peu contournees au niveau du jeu indépendant alors qu'on essaie de plus en plus de se détacher des thématiques comme des formes de jouabilité que l'on rencontre communément dans le jeu vidéo.

Ces précédents éléments relèvent de la culture au sens où il s'agit des attentes qu'ont leurs joueurs par rapport au médium. Les développeurs ont une position intéressante ici puisqu'ils parlent au nom de la culture lorsqu'ils critiquent les schèmes empruntés par l'industrie, culture à laquelle ils appartiennent et dont nous verrons certaines des manifestations dans la section suivante. Ils doivent en quelque sorte tenter de conserver une balance entre ce qui relève de la culture (donc des attentes des différentes communautés qui font sens des jeux) et des exigences de l'industrie auxquels ils doivent se soumettre.

On peut donc en conclure que si l'on se fie aux trois aspects que sont la technologie, le marketing et la culture, on se rend compte que création et production viennent à s'opposer puisque les visées changent. Du côté technologique, on voit que l'em-

---

<sup>58</sup> Voir plus précisément Rieunier-Duval, Sandra ed. *Les cahiers du jeu vidéo : Girl power*, no. 4, 2011.

<sup>59</sup> Voir le site web qui renvoie à une série de vidéos informatifs : <http://www.feministfrequency.com/> (page consultée le 23 juin 2014)

phase sur certains aspects du jeu est critiquée par certains développeurs qui aimeraient voir d'autres aspects se développer un peu plus (par exemple, l'emphase sur les graphiques au détriment de l'intelligence artificielle). Le marketing devient une visée centrale au sein des grands projets triple A, faisant en sorte que les choix sont plutôt construits autour d'une étude de marché que d'une réflexion essentiellement créative. Enfin, l'aspect culturel du dilemme se retrouve alors qu'on reproduit certains modèles de jeux autant au niveau des thématiques que de la jouabilité; autrement dit, on offre aux joueurs ce qu'ils consomment déjà, aspect que les auteurs de *Digital play* avaient déjà bien mis de l'avant.

## **5.2 L'évolution du développeur et du travail de création**

Il convient ici de s'intéresser à l'image du développeur de façon très large et à ce qu'elle peut nous apprendre sur la façon dont ces derniers conçoivent leur travail, mais aussi sur la nature du jeu vidéo lui-même. En utilisant une perspective historique, on se rend compte que le profil type du développeur a changé pour donner la vision éclatée que l'on retrouve aujourd'hui dans l'industrie.

Revenons d'abord sur quelques repères historiques. Les premiers balbutiements du jeu vidéo ont pris place dans un espace hautement technologique dans les années 60; c'était l'ère de jeunes universitaires branchés, qu'on nommait à l'époque *hackers* qui détournaient les appareils de leurs fonctions initiales afin d'en recréer une nouvelle utilisation (Kline, Dyer-Witthoford et De Peuter 2003). Ces premiers concepteurs, qui ont fait œuvre d'ingéniosité, ont aujourd'hui une certaine reconnaissance nostalgique, notamment dans la presse spécialisée où l'on s'intéresse de plus

en plus à l'histoire du jeu vidéo<sup>60</sup>. C'est ainsi que naîtront les premiers concepts vidéoludiques qui seront par la suite commercialisés au travers de bornes d'arcades jusqu'à ce que naissent les premières consoles domestiques.

Le succès commercial sera retentissant à la fin des années 70 alors qu'Atari domine le marché et ce, jusqu'au Krach de 1983 dont j'ai parlé dans la revue de la littérature. En effet, devant son succès, Atari échangera sa mentalité *west coast* et anticonformiste pour une vision axée sur la production et mettra sur le marché des jeux de mauvaise qualité au détriment des consommateurs, mais aussi des investisseurs qui iront voir ailleurs. Si l'on a cru à une mode passagère du côté des consoles de jeu, la micro-informatique de son côté continuera de prendre de l'ampleur au niveau domestique tout en devenant une plateforme vidéoludique.

Les développeurs de jeux sur ordinateur, au début des années 80, étaient presque tous indépendants et les réseaux de distribution étaient limités<sup>61</sup>. Il y eut un certain mouvement de liberté et d'effervescence dans la création de jeux alors que des amateurs distribuaient à petite échelle leurs jeux<sup>62</sup> tout en se trouvant détachés de toutes contraintes de production qu'on retrouvait dès lors au niveau des jeux pour consoles (et donc des grandes compagnies qui exerçaient un contrôle sur la production des

---

<sup>60</sup> Des efforts sont faits afin de conserver des documents et produits vidéoludiques de l'époque afin de faire valoir le travail des différents créateurs. Il s'agit d'un milieu sans histoire, où un continuum se fait majoritairement autour de la technologie, ce qui fait en sorte que les différentes productions tombent rapidement dans les annales. Le symposium annuel *Histoire du jeu histoire culturelle du jeu vidéo* qui a lieu depuis deux ans à Montréal est une tentative de valoriser l'histoire du jeu vidéo dans la compréhension du médium dans son ensemble.

<sup>61</sup> Selon Colin Sidre dans sa présentation «Du rôle des sociétés de distribution et des boutiques de micro-informatique dans la naissance de l'industrie vidéoludique française» lors du premier symposium annuel *Histoire du jeu : histoire culturelle du jeu vidéo* le samedi 28 juin 2014, les boutiques de micro-informatique en France étaient des lieux de vente, mais aussi de rencontre où certains jeux créés par des membres du réseau étaient distribués. Certaines boutiques se transformeront en société de distribution voyant le potentiel de faire valoir les talents des développeurs français.

<sup>62</sup> Certaines données sont ici issues du cours JEU-1001 donné durant l'automne 2011 à l'Université de Montréal par Carl Therrien.

jeux). On vit apparaître de petites entreprises créant des jeux innovants; par exemple, EA (Electronic Arts) mettait de l'avant l'aspect artistique du jeu vidéo et cela ira jusqu'aux pochettes de jeux qui avaient le format de disques vinyles<sup>63</sup>. Les créateurs étaient reconnus individuellement autant pour leur génie créatif que technique alors qu'on vit apparaître des jeux grandioses pour l'époque dépassant grandement ce qui se faisait alors sur console. Il convient aussi de noter que le développeur est ici quelqu'un de passionné qui souvent a appris par lui-même les bases de la programmation. Ce dernier poussera alors les capacités techniques des ordinateurs de l'époque à leur maximum pour créer des jeux dont encense encore aujourd'hui l'innovation.

À la fin des années 80, on voit les consoles faire un grand retour sur le marché nord-américain avec la venue des compagnies Nintendo et SEGA qui se disputeront une guerre sans relâche dans les années 90 jusqu'à la venue de Sony. La production de jeux reprendra l'aspect corporatif puisque le marketing deviendra le nerf de la guerre de ces compagnies qui mettaient de l'avant les prouesses techniques de ses consoles de jeu. Le photoréalisme prend une place prépondérante à ce moment alors qu'on cherche à créer des jeux aussi réels que possible. Du côté des jeux pour ordinateur, on voit sensiblement apparaître la même tendance même si on conserve une plus grande liberté, puisque la production des jeux ne se fait pas sous les contraintes imposées par Nintendo et SEGA (pour ne nommer que ceux-ci)<sup>64</sup>. Dans tous les cas, les effectifs grimpent tout comme les budgets de production et c'est une tangente qui gardera son élan jusqu'à ce jour, comme on l'a vu dans le chapitre précédent.

---

<sup>63</sup> Notons que dans cette optique, les pochettes de jeux étaient un moyen de marketing pour représenter le contenu du jeu sous une autre facette. Devant des capacités graphiques limitées, les pochettes attrayantes venaient directement créer un intérêt pour le jeu.

<sup>64</sup> Il y a des contraintes pour publier un jeu sur une console, les studios doivent respecter une série de critères établie par les compagnies possédant les systèmes de jeu. Sur ordinateur, ces contraintes sont évidemment moins grandes.

Bien sûr, les innovations viendront de tous les niveaux : jouabilité, genre, thématiques, etc., mais le fait est que le photoréalisme demeurera central au niveau marketing puisqu'on ne peut pas vraiment vendre une «jouabilité» :

You can't sell gameplay. You can have a hit on gameplay, here's the interesting piece : you can't market gameplay because nobody has ever stood up and said : we're gonna make a game that is very bad and plays bad, everybody says that their gameplay is gonna be great and is gonna be innovative. In fact, every company says : you have to sell your breakthrough where your animation is. 99% of the time, it's not innovation at all, it's some marketing spin. –Luke

En ce sens, on vend de moins en moins une expérience de jeu particulière comme dans les années 80 et début 90, mais plutôt un jeu visuellement agréable. Dans cette optique, l'aspect visuel relève plutôt de la technicalité que de la créativité et c'est ce qui frustre ces développeurs qui croient que le jeu n'est pas seulement un assemblage technique, mais une œuvre d'art s'inscrivant dans une démarche artistique, donc créative. Les jeux ne sont plus le fait d'un ou quelques développeurs qui se mettent ensemble pour faire un jeu; il s'agit désormais d'une véritable machine industrielle. Ces grandes compagnies peuvent avoir plusieurs centaines, voire milliers d'employés, ce qui fait que peu d'individus se démarquent dans cette masse, à moins qu'ils aient des postes de direction ou qu'ils créent quelque chose nouveau et innovateur du côté indépendant. On se détache donc des personnalités créatives que sont les John Romero, Sid Meier ou Will Wright<sup>65</sup> du milieu pour se tourner vers une vision plus corporative du jeu vidéo. Bien que l'on essaye parfois de mettre de l'avant des «figures» du jeu vidéo triple A, cela ne tient plus parce que les équipes

---

<sup>65</sup> Romero est un *game designer* qui a notamment participé à la création de *Doom*, d'*Id software* l'un des premiers grands succès au niveau de jeu de tir à la première personne. Meier a évolué chez *Firaxis*, où il est à la tête des jeux *Civilization*, jeux historiques de stratégie. Enfin, Wright, co-fondateur de *Maxis* a imaginé le jeu *Simcity*, jeu où l'on simule la création d'une ville, et plus récemment *The Sims*.

ont pris une ampleur immense et l'idée ne peut plus vraiment être reliée à une seule personne.

Selon Sam, les gens qui sont le plus confortable à travailler dans l'industrie sont ceux qu'il considère de «bonne pâte», qui font donc ce qu'on leur demande du mieux qu'ils le peuvent. C'est quelque chose que Réal a de la difficulté à comprendre, puisque ce dernier favorise la créativité dans son enseignement et croit que l'innovation doit provenir de ce côté face à une industrie qui a, selon lui, de la difficulté à se renouveler. En ce sens :

On veut des gens qui vont pas trop faire bouger le cordage et qui vont laisser aller le bateau voguer sur un fleuve très tranquille et on aime mieux des gens souvent qui vont faire les tâches sans trop remettre en question les idées, les concepts et la façon de gérer. Est-ce qu'on engage les gens qui sont les meilleurs ou les plus dociles? Les gens qui ont un potentiel créatif et innovant ne vont jamais à mon avis faire de tors à un jeu ou à une production, en aucun cas. Il suffit seulement d'être capable de les gérer. Et ça souvent c'est un travail de gestionnaires incompetents malheureusement qui ont de la difficulté à gérer les esprits créatifs qui va créer des conflits et des problèmes à l'intérieur d'une production. Si on a une bonne structure de gestion, si on a des gens qui, en plus d'avoir du savoir-faire, ont beaucoup de savoir-être comme gestionnaire, on n'aura jamais de problème avec des gens brillants, créatifs et innovateurs.

Nous reviendrons sur ce point dans la prochaine section lorsque nous traiterons de l'expertise montréalaise, mais le fait est que l'on cherche la plupart du temps des spécialistes en entreprises, des gens qui excellent dans leur domaine. Il semble donc que le potentiel créatif ne soit pas la première caractéristique recherchée selon Réal.

Cela contraste avec l'image du développeur de jeux des années 80 : aujourd'hui, ce dernier est beaucoup plus spécialisé dans ce qu'il fait, c'est un professionnel au travail et aux tâches bien définies au sein d'une équipe. Cette définition des tâches transparait d'autant plus lorsque je compare mon expérience ethnographique à celle de Laurent Simon qui date de 1998, tel que mentionné dans le troisième chapitre.

Quant à la question de l'interdisciplinarité, si le développeur de l'époque touchait à tout, celui d'aujourd'hui est moins impliqué dans le processus global de création :

C'est ça qui est un peu triste actuellement. C'est le manque de polyvalence des professionnels parce que maintenant tu es tellement expert dans un domaine que tu deviens vraiment un maillon de la chaîne. -Sam

Cela pose d'ailleurs des défis au niveau managérial lorsqu'on veut stimuler la cohésion entre les membres d'un projet :

Plus les équipes sont grosses, les gens sont de moins en moins multidisciplinaires, ce sont de moins en moins des généralistes, ce qui veut dire que tu te retrouves très rapidement avec : «oui, mais tel problème ne peut être fixé que par tel autre gars» et personne ne veut aller toucher à ses affaires et lui ne veut pas toucher à celle des autres. -Hélène

Comme je le stipulais dans le chapitre 4, faire un jeu nécessite une cohésion de l'ensemble des développeurs puisqu'une exclusion mutuelle des tâches serait susceptible de créer des processus qui ne concordent pas ensemble. Pourtant, j'ai pu observer une certaine cohésion lors de mon terrain et même si les décisions étaient prises par quelques personnes, on tentait néanmoins au niveau de la direction de stimuler l'émergence d'idées parmi les autres développeurs. Dans ce contexte de spécialisation accrue, il devient difficile d'avoir une vision d'ensemble du projet et plusieurs fois, lorsque j'assistais à des *meetings* de *leads* et que je discutais ensuite avec les autres développeurs, je me rendais compte que je disposais d'information qu'ils n'avaient pas. À ce niveau s'effectue une séparation entre ce que Luke appelait un jeu «d'usine» plus haut et un jeu à moins grande échelle, auquel on pourrait appliquer l'étiquette indépendante.

Il y aurait donc une certaine idéalisation du rôle de créateur qui renvoie directement à l'image présentée plus haut, de la personne génératrice d'idées et libre d'esprit. Puisqu'on ne retrouve pas cette possibilité émancipatrice dans un milieu industriel,

s'en suivent les témoignages que j'ai jusqu'ici obtenus; donc un certain regret créatif duquel certains se détachent complètement ou d'autres tentent de lutter pour se faire valoir comme créateur.

### **5.3 Valorisation, mouvement et communauté**

Or, si on s'en tient toujours au paradoxe dont il est question et dont j'ai démontré plusieurs manifestations, il convient de faire un retour plus «sociologique» vers la situation des employés et le rapport qu'ils entretiennent avec leur travail et donc l'industrie de façon générale. Nous verrons que les stratégies empruntées par l'industrie viennent directement influencer les développeurs quant à leurs choix et à la façon dont ils conçoivent leur travail.

En considérant l'expérience des développeurs au sein de l'industrie, on se rend compte qu'elle se caractérise souvent par le mouvement : la plupart d'entre eux ont travaillé dans plusieurs studios. Il n'est donc pas rare de voir un développeur ayant travaillé dans trois, quatre, voire cinq studios différents, au Québec ou ailleurs dans le monde. Cette diversification des expériences est d'une part imputable au fait que l'industrie était déjà présente en France, aux États-Unis et dans l'Ouest canadien, d'où plusieurs employés sont originaires. Lors de l'arrivée d'Ubisoft, beaucoup de gens ont été sollicités en territoire français pour venir travailler à Montréal et il en va de même pour les gens d'autres provinces au Canada comme des États-Unis, qui sont venus s'installer ici pour travailler. Or, cette diversification des expériences de travail n'est pas seulement le fait de compagnies étrangères qui sont venues s'installer ici et qui auraient importé une part de main d'œuvre, puisque les gens ont continué à bouger une fois rendus ici. Il y aurait donc quelque chose d'inhérent au travail de développeur qui les pousserait à travailler dans d'autres studios.

Y'a beaucoup d'offres. Du coup les gens vont au plus offrant, c'est ça qui se passe, y'a ça, y'a le côté monétaire, faut pas se mentir. Si t'as un peu d'expérience, tu te fais beaucoup solliciter pour peu que tu aies un profil

*Linked in*, tu reçois des offres tous les mois, que ce soit pour aller à droite et à gauche parce qu'on a la chance, et ça on oublie souvent à Montréal, de travailler que sur des grosses licences. [...] Sur un CV, ça commence très très bien surtout quand c'est ton premier projet, tu sors du campus ou n'importe quelle école de formation et *bam!*, tu tombes là-dessus. On n'avait pas cette chance. -Sam

Une part de l'explication viendrait donc de la sollicitation; les développeurs expérimentés sont très sollicités d'autant plus qu'on retrouve beaucoup de studios à Montréal et donc on a souvent vu, lors de l'implantation de grandes compagnies, une partie de la main d'œuvre bouger d'un studio à un autre. Cela est en partie imputable au meilleur salaire et au poste offert puisque souvent, les développeurs se voient offrir un poste hiérarchiquement plus élevé. Cependant, Sam croit que ce changement est vu par les développeurs comme une occasion d'obtenir des meilleures conditions de création après avoir travaillé d'arrache-pied sur un projet durant plusieurs années. Une fois le jeu sorti il faut, selon Adam, faire un deuil de la production puisque le projet ne t'appartient plus et cela peut être difficile pour certains. Une promotion dans un autre studio peut donc être vue comme une récompense après un dur labeur sur un produit dont on n'a aucun contrôle par la suite. C'est aussi une occasion d'aspirer à un espace où il sera plus facile de faire valoir ses idées puisque le travail de commande peut être difficile pour certains et qu'on souhaite s'en détacher autant que possible. Toujours selon Sam : «jour après jour, ça peut être dur et on se dit ce sera peut-être différent ailleurs. Y'a peut-être ça qui pousse les gens à changer de place et c'est quelque chose qui est très fort, dans les grosses boîtes».

On pourrait donc dire qu'il n'y a pas de sentiment d'appartenance qui se crée chez les développeurs par rapport à la compagnie pour laquelle ils travaillent et c'est pour certains un problème comme l'affirme Réal, professeur dans le domaine de la création vidéoludique :

Tout d'abord, dès qu'ils n'auront plus, je dirais, le fric pour être compétitifs et bien, il n'y a aucun sentiment d'appartenance qui va s'être créé. N'oublions pas que quand on forme quelqu'un à partir du début, il y a un très grand sentiment d'appartenance envers la compagnie; on voit trop

rapidement les gens comme des individualistes prêts à changer d'allégeance dès qu'on va leur donner un peu plus d'argent.

Cela fait en sorte que les équipes ont tendance à se désagréger à la suite d'un projet, ce qui constitue une perte en soi :

But it's not a healthy way to run a business. [...] You lose a massive amount of everything you gained after one game when you break that team up. A team second game and third game is always gonna be better than the first one. –Luke

Cette tendance n'est pas seulement imputable aux développeurs, mais aussi aux stratégies empruntées par les studios qui changent les alignements lors de chaque projet. Après avoir mis beaucoup de gens ensemble sur un même projet, ils doivent répartir ces mêmes employés dans de plus petits projets puisque cela ne serait autrement pas rentable. Même lorsqu'on produit une suite à un jeu, on voit rarement réapparaître la même équipe, sauf parfois quelques personnes «clés» comme les directeurs créatifs dont on met les noms de l'avant. La reconnaissance est ici un autre problème puisque dans une équipe de plusieurs centaines de personnes, le crédit est souvent donné à la personne au-dessus de soi, voire à une seule personne à l'instar de ce que Hélène appelle des «*rockstars* du jeu vidéo». À ce sens :

C'est un petit peu dur pour beaucoup de gens dans la compagnie X de se rencontrer compte qu'ils ont fait des nuits blanches sur le jeu et puis ça va être la personne qui est juste au-dessus qui prend le mérite et qui va ouvertement dire c'est moi qui a eu cette idée, alors que ça vient d'une équipe de 200 personnes. -Adam

Ce manque de reconnaissance créatif s'additionne d'un salaire qu'on dit insuffisant pour le travail effectué; comme l'affirme Luke : «*We're being forced to live the lifestyle of an extremely high-paid CEO while being compensated like a mid-level insurance salesman*». Par ailleurs, l'image que la direction projette aux employés en est une qui, selon Réal, est susceptible d'encourager des comportements plus individualistes vis-à-vis l'industrie :

On met beaucoup plus l'accent sur la rapidité, le CV, on n'a qu'à voir le nombre de directeurs créatifs qui passent dans la compagnie X, les Américains qui sont là et deux ans après ça s'en va. [...] Il y aurait moyen de créer un sentiment d'appartenance, un sentiment de collégialité à l'intérieur d'une compagnie qui fait qu'éventuellement la rémunération ne sera plus le premier nerf de la guerre, même si ça demeurera important.

On pourrait parler d'une certaine culture du CV, où l'on valorise le mouvement et où ce qui se crée, en fin de compte, ne se retrouve pas tant au sein de l'entreprise où l'on travaille, mais de son expérience personnelle et son employabilité dans l'industrie au sens large. Il s'agit donc d'une façon particulière de justifier ce que l'on fait, à l'instar du modèle théorique de la justification qui fut développé par Boltanski et Thévenot :

La suggestion est de remplacer par la succession des projets. Les personnes ne feront plus carrière mais passeront d'un projet à un autre, leur réussite sur un projet donné leur permettant d'accéder à d'autres projets plus intéressants. [...] Chaque projet, étant par définition différent, nouveau, innovant, se présente comme une opportunité d'apprendre et d'enrichir ses compétences qui sont autant d'atouts pour trouver d'autres engagements.» (Boltanski et Chiapello 2011: 155)

On pourrait donc comparer la condition des développeurs à celle que l'on retrouve dans la cité par projet telle que pensée par Boltanski et Chiapello. «Les cités se présentent donc comme des formes contraignantes limitant les possibilités d'action dans un certain monde dont elles embrassent et aussi légitiment la logique» (ibid. : 174). La cité est donc un modèle théorique qui tente de cerner les motivations des travailleurs dans différents domaines au travers des cités inspirée, domestique, de l'opinion, civique, marchande, industrielle et par projet. Les valeurs mises de l'avant diffèrent selon la cité dans laquelle on fait partie et il en va de même pour les aspirations individuelles. Plus particulièrement :

La cité par projets se présente ainsi comme un système de contraintes pesant sur un monde en réseau incitant à ne tisser des liens et à n'étendre ses ramifications qu'en respectant les maximes de l'action justifiable propres aux projets. Les projets sont une entrave à la circulation absolue,

car ils réclament un certain engagement, quoique temporaire et partiel, et supposent un contrôle, par les autres participants, des qualités que chacun met en œuvre. (ibid. : 174)

Cet idéal-type est intéressant puisqu'il stipule que les motivations des développeurs sont extra-entrepreneuriales et se manifestent notamment par un monde en réseau, où l'on doit tisser des liens pour faire valoir son expertise<sup>66</sup>. Les engagements sont d'ailleurs vu comme quelque chose de temporaire, à l'instar des projets dont on ne peut prédire les retombées ni ce qui se passera par la suite. Cela rejoint aussi ce dont parlaient Simon et Cohendet (2007) lorsqu'ils affirmaient que l'industrie du jeu vidéo était composée de communautés de spécialistes. La vision de Bruce va dans ce sens :

There's no company loyalty. It's not like I'm a GM employee and so I'll never buy a Ford. No one cares for who they work; When we get together with friends we're all from different studios, we all share stuff and stories, experiences... There's no sort of snobbery about working for a company or another. I never really seen that. [...] It's just a big friend community.

Il y aurait donc un réseau de développeurs dans lequel on évolue et qu'on sépare du milieu de travail. Des organisations comme l'IGDA (*International game developers association*) ou la MRGS (*Mont Royal gaming society*), pour ne nommer que ceux-ci, organisent régulièrement des rencontres entre développeurs pour discuter de l'industrie en général et échanger dans un cadre convivial. Certains, comme Paul, croient que cette appartenance à une communauté de développeurs va au-delà de celle à l'entreprise pour laquelle ils travaillent :

---

<sup>66</sup> Le site de réseautage *Linked in* est un outil privilégié pour faire valoir l'expertise des développeurs; beaucoup en font partie. Il s'agit d'un site de réseautage professionnel où les informations publiées sont strictement en lien avec des compétences des individus liées à leurs expériences de travail. Le CV devient alors maître d'œuvre dans la façon de valoriser les membres qui cumulent, par centaines, des contacts s'insérant dans un réseau professionnel, à l'instar de la cité par projets. On pourrait autrement parler d'un cv interactif accessible à tout le monde, autour duquel on crée un réseau de contacts dont le nombre saurait correspondre à une reconnaissance individuelle du CV.

You know, it's the nature of an entertainment art so they're hit driven. And then separate to that is that workers, we tend to be so passionate, so in love with the art form so in love with the craft, most people really don't care what their business card says, they wanna talk, share and learn and, you know, gossip and show off, they really do have a sense of belonging to this larger community which is the game industry and there's a certain kind of affiliation, intangible association to that community in some case is above and beyond the affiliation to your current employer.

On voit ici que ce réseau n'est pas simplement le fait de ramifications utilitaires dans le but de bien se placer les pieds, elle va au-delà de l'employabilité propre à la cité par projet puisqu'elle lie des gens passionnés qui se réunissent pour parler de l'art en lui-même. En fait, si l'on s'en tient toujours aux modèles proposés par Boltanski, Thénevot et Chiapello, deux cités seraient sollicitées : celle par projet, mais aussi celle inspirée. Ces deux cités ont en commun de mettre en valeur la créativité et l'innovation, de même que mettre l'accent sur la singularité des êtres, toutefois :

Ces similitudes sont superficielles et même trompeuses. En effet, tandis que dans la cité inspirée les personnes sont créatives quand elles sont séparées des autres, retirées en quelque sorte en elles-mêmes, dans leur intimité, seul lieu authentique d'où elles peuvent entrer en relation directe avec une source d'inspiration transcendante (le surnaturel) ou enfouie dans les profondeurs (l'inconscient), dans la cité par projets, la créativité est une fonction du nombre et de la qualité des liens. (Boltanski et Chiapello 2011: 207)

Il semble que cela revient à un certain ordre négocié dont on a traité précédemment; soit cet entre-deux entre une volonté créatrice des individus, mais un ensemble de contraintes qui empêche cette émancipation pour créer un cadre de production. Ce cadre en est un qui leur offre cependant une sécurité puisqu'on n'assume pas à soi seul la mise en œuvre du projet; elle est le fait d'investisseurs qui sont ceux qui prennent réellement les risques. Ces communautés pourraient donc être vues comme des espaces émancipatoires, où l'on peut se détacher de son métier quotidien pour discuter de l'industrie en général et faire valoir ses idées créatives et innovantes.

Cependant, il ne s'agit pas d'un aller sans retour puisque ces espaces sont susceptibles d'alimenter en retour le travail qui se fait en entreprise, même si les développeurs trouvent très mince cette marge de manœuvre.

Certaines personnes, comme Réal, valorisent plutôt un aspect créatif et innovant que l'on saurait associer à la cité inspirée. De sa qualité de professeur, c'est quelque chose qu'il veut inculquer à ses étudiants de sorte qu'ils puissent apporter des idées lorsqu'ils rejoindront l'industrie qu'il juge quelque peu stagnante. Aussi, il veut faire valoir le potentiel créatif des créateurs puisque l'aspect marketing est très fort dans le milieu du triple A, comme on l'a vu plus haut. Il croit qu'une plus grande valorisation de la création créerait un meilleur «sentiment de collégialité» au sein des entreprises et cela joint Sam lorsqu'il affirmait que l'on changeait de studio afin d'aspirer à des meilleures conditions de création. L'industrie crée en partie ses développeurs et Réal critique ce qu'on leur inculque, soit des valeurs qu'il juge individualistes :

C'est un peu comme ça qu'on les traite malheureusement partout dans notre société en politique, dans nos programmes sociaux et tout ça, on traite les gens comme des individualistes qui n'ont qu'un seul intérêt, c'est-à-dire de s'enrichir.

Cette valorisation se ferait, toujours selon Réal, petit à petit sans nécessairement changer la structure en place et la façon de faire d'un triple A. Cela passerait notamment par une réforme des procédés managériaux en favorisant une approche plus systémique qu'analytique :

Les *leads* vont avoir une vision qui est très analytique; c'est-à-dire que chaque partie qui est additionnée aux autres va donner un tout. Et non pas quelque chose qui est en mouvement, qui est toujours en train de se construire à chaque jour. Et ça, il faut être capable d'avoir je dirais une capacité de peu de résistance aux changements et d'être capable de vivre avec le fait qu'il y a un projet qui est en gestation et qui est en train de se construire devant nous.

Cela n'est pas sans rappeler les débats que l'on croise dans les sciences! La vision systémique est cependant difficile à faire valoir dans ce milieu et on en est conscient autant au niveau de la direction créative que de la production puisqu'il faut rendre des comptes et rendre des dirigeants ou investisseurs frileux équivaut à risquer de voir son projet mis au placard. Du côté de la production, on veut pourtant que les développeurs soient créatifs, c'est en ce sens que deux visions de la création s'affrontent ici. J'ai assisté à plusieurs rencontres et *brainstormings* où on laissait carte blanche aux développeurs pour faire valoir leurs idées et pourtant, on me présente l'environnement industriel de création comme étant un espace contraignant au niveau créatif. Le problème serait peut-être d'ordre manageriel, mais les causes ne seraient peut-être pas aussi structurelles qu'on le laisse entendre. En ce sens, on veut que les développeurs participent à la création, mais on se sent contraint dans cet espace créatif parce que les frontières ne sont pas clairement définies et on ne semble pas connaître la marge de manœuvre dont on dispose. Par contre, il serait possible d'aller plus loin et considérer les motifs créatifs de ces individus pour se rendre compte qu'il subsiste un manque pour ceux et celles qui s'avouent passionnés par ce qu'ils font; c'est pourquoi des associations sont mises en place afin que ces derniers puissent partager avec d'autres développeurs et canaliser cette volonté créative à l'extérieur du milieu de travail.

Si l'on revient aux éléments théoriques présentés plus haut, la cité par projet est un modèle stimulé par les façons de faire des entreprises qui entrent en collision avec les désirs créateurs des individus, qui relèveraient plutôt de la cité inspirée. Pourtant, le choix est possible : on peut faire le saut vers le monde de la cité inspirée, mais le risque est grand et beaucoup ne sont visiblement pas prêts à prendre le risque. Aussi, notons le rôle formateur des grandes entreprises pour les développeurs puisque ceux avec qui j'ai pu m'entretenir étaient pour la plupart des vétérans de l'industrie et ici il serait possible de nuancer cet argument en prenant plus en compte les témoignages de jeunes recrues dans le monde du jeu vidéo. Est-ce qu'il y aurait une séparation entre les attentes des plus jeunes voulant rejoindre l'industrie et la réalité qui en est

inhérente? Ou serait-ce plutôt l'expérience, où au fil des années les développeurs se découvrent comme créateurs et veulent s'émanciper? La question vaut la peine d'être soulevée.

## 5.4 Pérennité de Montréal : un espace créatif?

Je ne prévois pas être en mesure de faire des prévisions sur l'avenir de l'industrie du jeu vidéo à Montréal et ce n'est pas ce que j'entends faire ici. En fait, c'est un thème qui est ressorti de mes entrevues et qui suscite le questionnement de plusieurs développeurs et l'objectif est plutôt de présenter la façon dont on entrevoit les assises de cette industrie dans le temps.

Tout d'abord, il convient de se demander : qu'en est-il aujourd'hui au niveau des productions? Si je me suis concentré sur l'aspect économique dans le chapitre 4, dans cette section, je m'intéresserai plutôt à la portée des produits qui sont mis le marché. Le jeu vidéo est un produit globalisé par excellence : sa production est directement axée sur sa distribution sur la scène mondiale. On ne retrouve que peu d'exemples de glocalisation, donc de cas où le produit a été adapté à une saveur locale; c'est plutôt dans les années 80 qu'on a vu naître certaines particularités au niveau du jeu français par exemple, qu'on appellera la «*french touch*» ou anglais avec ce que Donovan (2010) appellera le surréalisme. Ce sont donc des tendances vidéoludiques qui ont émergé avec un style particulier, mais qui seront rapidement mises de côté alors que l'industrie tendra progressivement à l'homogénéiser. Aujourd'hui, on juge que le Japon conserve un certain héritage de ce qui en a fait le principal compétiteur des États-Unis à la fin des années 80 :

L'industrie japonaise est restée un petit peu en arrière parce qu'eux ils continuent d'essayer de te vendre, ils réinventent la roue à chaque fois qu'ils font un jeu et puis les coûts deviennent complètement exorbitants de l'autre côté ils arrivent pas à suivre ça, nous on a des *teams* de 2000

personnes, ils ont des *teams* de 50 personnes. Ils sont un peu restés dans cette espèce d'optique de on fait des jeux comme à l'époque avec des petites équipes. Chaque production je te dirais ressemble à un jeu indépendant, même les grosses productions. -Adam

Cependant, tout n'est pas noir ou blanc : les jeux américains comme japonais tendent à s'entremêler, rendant la distinction parfois difficile. Bien sûr, une analyse plus poussée nous permettrait possiblement de faire ressortir des caractéristiques particulières des différents pôles de production, mais force est de constater que le jeu vidéo suit la tendance qui fut décrite par Frédéric Martel (2011) dans son ouvrage *Mainstream*; soit une homogénéisation du contenu en suivant le modèle du succès américain que l'on veut répliquer partout dans le monde. L'auteur démontre qu'au niveau des grandes multinationales œuvrant dans le secteur des médias, c'est un modèle qui tend à prendre de plus en plus d'ampleur puisque de nombreux pays veulent leur part du gâteau au travers ce qu'il considère une «guerre culturelle mondiale» (*ibid.* : 12). Le paradoxe ici est que cette guerre s'articule autour d'un même modèle médiatique américain, soit une façon de faire qui plaît à tout le monde et qui s'exporte mieux dans un espace globalisé; ce qui ne laisse que peu de place aux plus petites initiatives locales.

Si nous revenons à Montréal, les jeux triple A (mais aussi au niveau du jeu *casual*) sont produits par des compagnies étrangères qui sont venues s'y installer; encore aujourd'hui, la majorité de la main d'œuvre travaille au sein d'entreprises étrangères bien que le nombre de studios québécois indépendants continue de grandir. Cependant, on ne saurait négliger le poids des studios montréalais pour ces grandes compagnies : autant pour Ubisoft que Warner Brothers games, ceux-ci sont respectivement leurs plus grands studios. Devant le succès mondial d'*Assassin's Creed*<sup>67</sup>, titre

---

<sup>67</sup> Série dont le premier volet est paru en 2004. Il s'agit d'un titre qui fut complètement élaboré à Montréal et une des rares séries qui ne soit pas basée sur une autre franchise transmédiatique.

phare d'Ubisoft en ce moment et dirigé à Montréal<sup>68</sup>, une fierté s'est créée en sol québécois et on ne saurait négliger l'importance du studio montréalais dans cet écosystème, d'ailleurs le studio avec le plus grand effectif au monde.

Cependant, une question s'élève ici : y-a-t-il quelque chose de particulier qui émerge? À ce sujet, les visions divergent entre le point de vue «macro» de Gaétan et Paul présenté dans le chapitre 4 et celles des développeurs sur le plancher. Les subventions visaient initialement la création d'emplois et il en va de même aujourd'hui où celles-ci sont allouées en fonction des emplois créés; cela sans regard vis-à-vis les produits eux-mêmes et ce qui en découle. À cet effet :

Notre expertise vidéoludique est très très forte dans le monde et on fait des produits de très grande qualité si l'on compare à ce qui se fait mondialement. Cependant, le jeu vidéo québécois n'existe pas. Donc on a ici des compagnies qui fonctionnent à l'américaine et qui font des jeux comme si on est à New York; la seule différence c'est que ça se fait à Montréal. Les subventions sont là pour faire fonctionner les grandes compagnies, étrangères très souvent, si on pense à Warner, à Ubisoft, Eidos et puis ces grandes compagnies-là emploient et font des projets sur le modèle économique qui est connu déjà, qui est un modèle occidental, américain et tout ça puis même un peu, dans certains cas, pas sur les thèmes, mais beaucoup sur la façon de le packager, même à la façon japonaise, et dans ces cas-là ben on ne peut pas dire que le Québec, qu'il y a du jeu vidéo québécois. Y'a du jeu vidéo *fait* au Québec. -Réal

Pour plusieurs de mes informateurs, la force de Montréal réside dans l'expertise de sa main d'œuvre plutôt que dans sa place comme *pool* créatif. Luke, quant à lui, va jusqu'à comparer la situation de Montréal à celle de Singapour :

I find it more like an advanced version of what Singapore is going through right now. Where they got game studios over there they open up schools and in a few generation you're gonna get real creative leadership. But neither of the creative directors for the big games here are from Montreal and a lot of the successful one over the city are not from here.

---

<sup>68</sup> Malgré qu'il soit dirigé à Montréal, le jeu est cependant produit dans cinq studios différents sur trois continents différents.

Cela contraste avec la vision de Montréal comme une ville créative; en fait il s'agit plutôt du contraire puisque ces derniers présentent Montréal comme une ville productive. Cependant, on croit qu'un certain potentiel est en train d'émerger et que cette situation pourrait éventuellement changer, dépendamment des avenues empruntées par les grandes compagnies, mais aussi par les organismes gouvernementaux subventionnaires. On l'a vu dans le chapitre 4, l'innovation peut surtout provenir du côté du jeu indépendant, mais ces petites initiatives sont peu subventionnées puisque les subventions sont en bonne partie basées sur la quantité d'emplois créés. Or, Réal croit que c'est peut-être en considérant le jeu comme une œuvre d'art qu'on saura reconnaître, mais aussi stimuler le potentiel créatif montréalais :

On n'est pas encore rendu au stade où on considère vraiment le jeu vidéo comme un art, à part entière. [...] Pour l'instant on accepte, puis parfois on accepte trop, je considère qu'on exagère un peu avec l'industrie du jeu vidéo, mais on accepte surtout qu'on donne de l'argent pour faire fonctionner l'industrie qui embauche des travailleurs. On subventionne beaucoup l'économie du jeu ici à Montréal, qui fait qu'on est dans les trois plus grands pôles au monde en termes de création et ça c'est très bien. Sauf qu'il faut voir aussi jusqu'à quel point tout ça est assis sur quelque chose d'artificiel et jusqu'où on va pouvoir garder ce titre-là à partir du moment où l'on aura produit que des objets de consommation et dont quelques objets au moins qui pourraient être considérés comme étant de l'art à part entière, de l'art vidéoludique qui ont un grand potentiel innovant, qui essaye d'exprimer autre chose que ce qu'on l'on voit actuellement sur le marché.

Deux aspects émergent ici : la précarité de l'industrie, sur laquelle nous reviendrons et le potentiel de développer de nouveaux produits innovants. L'impulsion de base qui a vu naître l'industrie n'est évidemment pas la même que l'on retrouvait en Californie par exemple, où l'on retrouve de nombreuses histoires de succès qui se sont construits à partir de rien. À cet effet :

There's a long history of Montreal art but I don't think there's a long in video game because Montreal's game culture is founded from the biggest game factory instead of California's game culture is founded from Silicon

Valley start-up with three guys in a garage so there's a huge huge push for innovation and excitement and people chasing the next thing. This was founded from people who were hired to be as you said specialists, specialists caught in a giant machine spending 5 countries that they can't even understand. So it doesn't naturally create your next generation of big leadership. –Luke

L'innovation, selon Luke, ne serait pas le moteur initial de l'industrie vidéoludique montréalaise comme ce fut le cas du côté de ces développeurs amateurs qui ont révolutionné le domaine du jeu comme du logiciel. Notons toutefois que le jeu vidéo produit au Québec a une histoire qu'on ne saurait limiter à l'arrivée des grands studios selon Hélène, mais qui demeure encore peu connue. Bien sûr, la situation est différente aujourd'hui puisqu'on vise de plus en plus gros et que les montants investis ont décuplé, mais le fait est que cette impulsion n'est pas quelque chose que l'on met réellement de l'avant dans la création vidéoludique. Luke croit qu'une certaine passivité des développeurs en découle, au sens où il juge passif les employés montréalais puisqu'ils auraient adopté une mentalité d'employé. Autrement dit, il manquerait à Montréal un *leadership* créatif et ce faisant, les entreprises étrangères profitent d'une main-d'œuvre extrêmement qualifiée moins que des idées et du potentiel créatif qui pourrait en découler.

Or, passivité n'équivaut donc pas à un manque de talent, mais plutôt un manque d'initiative qui serait causé par les entreprises elles-mêmes selon Réal :

On vient s'implanter dans un milieu dans lequel on nous a préparé tout le terrain. En plus, on nous subventionne grandement et nous on n'est pas intéressé à participer à aider cette industrie-là dans sa pérennité, dans son évolution. On vient piller un peu tout le terrain qui a été préparé par les autres à même les subventions fournies par les contribuables et on ne s'implique pas dans le développement, finalement, humain et économique de ce milieu-là.

Cela rejoint les propos de Réal présentés plus haut lorsqu'il affirmait qu'aucun sentiment d'appartenance ne se crée envers les entreprises : cela serait imputable au

manque de valorisation du travail créatif, mais aussi à l'expérientisme, où les nouveaux talents arrivent difficilement à se tailler une place au sein des grandes compagnies. Comme on l'a vu plus haut, on cherche des employés dits «intermédiaires», lorsqu'on ne cherche pas des *seniors* dans leurs domaines respectifs. Cela explique en partie la critique de Réal ci-haut, alors que ces milieux de travail ne forment que très peu d'employés et favorisent l'embauche de travailleurs venant d'autres compagnies. Roger souligne ce paradigme qui pousse le milieu académique à se remettre en question alors que dans le milieu du design 3d par exemple, on veut de plus en plus que les étudiants développent une vision créative :

Nos anciens étudiants c'était plus, presque de la chair à canon pour l'industrie c'est comme : «entrez dans l'industrie, faites le travail qu'on vous demande, vous avez pas vraiment d'*input* ou de commentaires à faire». Alors que là on aimerait ça qu'ils développent des aspects critiques.

Cette vision vient cependant se heurter avec les demandes de l'industrie qui veut des travailleurs hyperspécialisés dans un domaine de la création, moins que des créateurs au sens large<sup>69</sup>. Selon Roger, ces mêmes étudiants, formés pour effectuer une tâche précise, risqueraient de voir rapidement leur potentiel diminué lorsqu'une même tâche deviendrait désuète. Pourtant, c'est de cette façon que les demandes des ressources humaines lors de l'embauche sont constituées. Il manquerait, de façon générale, un pont entre l'académie et l'industrie et la distance entre les deux rives varie selon les approches enseignées :

Ce qui manque en ce moment peut-être, c'est le pont entre l'industrie puis l'académique. Alors qu'avant l'académique c'était juste une machine à sortir des étudiants; ce que nous on aimerait, c'est que l'industrie revienne chez nous et dise : «on a un projet, on aimerait ça travailler sur l'Oculus rift pour du *casual gaming*». Qu'ils viennent nous voir et nous demandent si on a une équipe qui peut travailler sur ce projet-là. -Roger

---

<sup>69</sup> C'est une question auquel je me suis intéressé dans de précédents travaux, mais en me centrant sur la formation universitaire. J'y opposais la formation fondamentale par disciplines à la formation d'experts centrés sur un objet d'étude. Voir : <http://ypineault.com/disciplinesuniv.html>

Ce qui en découle de façon large, c'est que le potentiel créatif est plutôt vu sous l'ordre de la main d'œuvre et le produit lui-même n'en est pas personnalisé; il n'y a rien de québécois dans les productions d'ici selon Réal. La plupart des productions sont basées sur des concepts et thématiques provenant de l'étranger, de franchises adaptées en jeux vidéo et cela empêcherait la mise en place d'un produit localisé :

Montreal has, for the most part, borrowed things and it's like everything that's being done here is actually being done you know, literally Assassin's Creed aside, everything else is an American property that has been brought here. -Luke

La pérennité de Montréal au niveau du jeu vidéo est donc remise en question et encore une fois, la discussion tourne souvent autour des subventions. L'industrie n'est pas encore autosuffisante comme l'attestent les multiples crédits d'impôts et subventions, mais elle affiche tout de même une croissance au niveau du nombre d'emplois. On ne serait cependant limiter ces travailleurs à un simple effectif; quelque chose de plus large semble être en train de se créer à Montréal qui va au-delà de l'industrie. La notion de communauté vient en partie cibler ce phénomène, au travers d'organisations de développeurs qui collaborent à l'extérieur des milieux de travail, mais cela prend de l'ampleur au niveau collectif, où une certaine reconnaissance du jeu comme phénomène social est en train de s'opérer. Comme on l'a vu, de nombreuses façons de penser le jeu continuent à émerger au niveau des écoles de formations comme des universités et cela constitue en soi l'une des avenues qui assurera peut-être la pérennité du jeu vidéo montréalais. Plus encore, au niveau de l'industrie, Réal croit qu' «on peut argumenter comme on disait au début, si les subventions s'en vont, peut-être [certains studios fermeraient], mais la créativité est là pour demeurer et elle va se canaliser d'une façon ou d'une autre». L'intérêt réside donc à voir comment l'industrie évoluera dans les prochaines années puisque même si elle semble avoir trouvé son rythme de croisière, il n'en demeure pas moins que

les vents peuvent changer. La coupe des crédits d'impôt mise de l'avant par le gouvernement libéral a créé des remous, notamment dans le studio ici étudié : même à l'interne, il est trop tôt pour qu'on sache ce qui va se passer et les employés craignent pour leurs emplois. Reste à savoir si l'industrie tiendra le cap ou empruntera une autre direction.

## Conclusion

Le jeu vidéo, comme la plupart des produits culturels, est difficile à saisir dans son ensemble. Cependant, de nombreux «terminaux», si l'on peut dire, se sont créés afin d'offrir des pistes de réflexion, comme en atteste ma revue de la littérature : les réflexions tendent à s'enrichir autant au niveau de l'histoire du médium que des pratiques de design, tout en passant par l'interaction et la communication dans les jeux. Un manque a toutefois été souligné dans la littérature en ce qui concerne le milieu de production et ses développeurs et c'est en partie pourquoi je m'y suis attardé. Cette recherche avait pour but de saisir un aspect simple dans sa présentation, soit la façon dont les développeurs considèrent leur travail dans l'industrie et les produits qui en découlent. La finalité s'est quant à elle avérée complexe; le témoignage des développeurs a démontré que leur position sous-tend une importante tension entre la création et la production des jeux vidéo. Ce constat est de nature inductive puisqu'il s'est dessiné suite à la collecte de données et c'est parce qu'il s'est avéré omniprésent dans les témoignages que j'en ai fait le filon de ce travail. J'ai tenté de rendre compte du paradigme complexe qu'est celui de la création d'un jeu vidéo qu'on ne saurait réduire à des impératifs commerciaux; cette étude porte un éclairage sur la réalité complexe d'un pan de la production industrielle de produits culturels vidéoludiques. Bien que l'éclairage apporté au sein de cette recherche ne fasse pas office de page blanche vis-à-vis les connaissances déjà établies sur le sujet, à l'instar d'une volonté scientifique de cumuler des connaissances sur un sujet donné, je suis porté à croire que le contenu de ce travail permet de clarifier certains éléments entourant l'objet vidéoludique. Ne serait-ce qu'en donnant une plus grande importance à son contexte de production et la parole aux développeurs eux-mêmes, on se rend compte que la culture, englobant les pratiques de consommation comme de création individuelle, agit à titre d'émulsifiant puisqu'elle vient se heurter aux pratiques corporatives; c'est en ce sens qu'on pourrait parler de structuration de l'industrie. Les développeurs occupent une double position : ils consomment la culture,

mais en sont aussi créateurs. Ce faisant, ils prennent part à la culture vidéoludique en étant joueurs et en partageant avec d'autres développeurs, mais demeurent assujettis aux impératifs commerciaux dans la pratique de leur travail.

Le propos de ce mémoire vient donc complexifier l'état des faits tel qu'il fut présenté par Kline, Dyer-Witthford et De Peuter (2003) : les enjeux entourant la création d'un jeu de type triple A sont de plus en plus difficiles à gérer et c'est une réalité auquel les modèles de production tendent à s'adapter à l'interne, autant qu'à l'externe, où le marché du jeu vidéo se diversifie de plus en plus. Jeu *casual*, jeu mobile, jeu indépendant, *serious game*<sup>70</sup>, et autres viennent côtoyer les grosses productions afin d'augmenter le corpus des jeux disponibles et dont les expériences sont de plus en plus variées. En ce sens, c'est en proposant des expériences diversifiées que le média se renforcera, mais il demeure que le nerf de la guerre de l'industrie québécoise se situe au niveau du triple A. Notons, cependant, que d'autres compagnies comme Ludia ou Frima, se spécialisant dans le jeu *casual*, continuent d'augmenter leurs effectifs et deviennent donc des joueurs de plus en plus importants dans la balance qui, à Montréal, penche surtout en faveur de la production de jeux triple A.

Montréal est ici un observatoire idéal puisqu'au-delà d'une industrie bien huilée, elle accueille diverses communautés qui se sont parallèlement créées : développeurs, joueurs et académiques ont tous une place sur l'échiquier. Si l'on revient aux développeurs, nous avons vu que parallèlement à ce que l'on saurait appeler un «travail de commande» au sein de l'industrie, se sont créées des communautés alternatives, où la participation se fait en tant qu'individu amoureux du médium, mais surtout créateur, contrairement au statut d'employé qui se caractérise surtout par le CV et l'employabilité. Nous l'avons vu, la cité créative et la cité par projet (Boltanski et Chiapello 2011) viennent s'entremêler pour créer ce qu'en management on croit être

---

<sup>70</sup> Jeux dont la finalité va au-delà de l'aspect interactif : il se doit de faire réfléchir le joueur sur différents enjeux. L'aspect interactif est ici complémentaire au message diffusé par le média, qui peut être de type engagé, éducatif, réaliste (dans le cas de simulation), etc.

une fausse distinction entre la création et la production. Le point ici n'était pas d'affirmer que l'industrie est dénuée de créativité; au contraire, le studio étudié présentait une émulsion constante d'idées. Cela a trait plutôt à la vision des développeurs, qui se retrouvent dans un engrenage leur permettant de créer, mais sous des conditions qu'ils jugent trop contraignantes, voire arbitraires dans les choix adoptés. L'une des limites de cette étude se situe à ce niveau, au sens où cette dernière s'est déroulée dans un milieu de production et il serait intéressant d'étudier les différents milieux où prennent place cette même communauté de développeurs, qui va au-delà de l'industrie. Ces milieux sont désormais diversifiés : associations, concours de création, écoles de formation, studios indépendants, cercles de discussion académique, etc. et tous pourraient nous apprendre plus sur le jeu vidéo comme objet d'étude, au centre duquel gravite une culture qui se diversifie de par son approche au médium. Par le fait même, il serait ici pertinent de voir si des liens se tissent entre les joueurs et les développeurs dans ces espaces intermédiaires qui ont bien été décrits et théorisés par Cohendet, Grandadam et Simon (2010), mais dont le portrait manque encore de données de terrain. Une telle étude pourrait éventuellement «boucler la boucle», au sens où elle compléterait cette étude quant à la situation des développeurs de jeux, mais aussi en ce qui concerne le cas de Montréal comme ville créative. Les aspirations de ce que Richard Florida (2012) appelle la classe créative<sup>71</sup>, et plus précisément des jeunes, demeure une avenue importante à étudier en anthropologie, de façon à comprendre la façon dont se définit aujourd'hui cette jeunesse en rapport au travail. À cet effet, la présente étude constitue une porte d'entrée dans la compréhension des aspirations de cette même «classe créative». Cela s'avère

---

<sup>71</sup> Le travail de Florida a inspiré l'article de Cohendet, Grandadam et Simon (2010) qui avançaient l'idée de Montréal comme ville créative. Le concept de classe créative proposé par Florida en était un essentiellement économique, au sens où il s'agit d'une nouvelle classe de travailleurs qui occupent des postes «du savoir» (pour *knowledge workers*) et qui seraient des vecteurs de croissance économique dans une nouvelle économie post-industrielle du travail se caractérisant par la créativité. Ce sont surtout les répercussions de cette classe créative qui nous intéressent ici quant à la façon dont ces travailleurs voient désormais le monde du travail.

d'autant plus important puisqu'un paradigme marxiste s'applique de moins en moins dans une économie du travail où se brouille la frontière entre ce qui relève des moyens de production et de la consommation, complexité que ce travail vient attester.

Ce qui demeure incertain, c'est le poids que les différentes communautés auront dans les prochaines années, à savoir si l'industrie du triple A saura gérer les problèmes évoqués par les personnes interviewées. Ces problèmes se situent dans un engrenage complexe alliant visées de marché et visées créatives, mais autour duquel gravitent les aspects que sont la technologie, le marketing et la culture. En ce sens, les différents studios gagneraient à porter un regard plus large sur la culture, notamment en considérant les travaux académiques sur le jeu vidéo, puisque le regard porté par les chercheurs sur l'objet en est un qui ne se voit pas assujéti par les mêmes impératifs commerciaux. Les entreprises ne semblent pas encore tirer profit (non pas au sens littéral du terme), de ces communautés, avec lesquelles elle pourrait travailler à construire une certaine pérennité pour Montréal, comme l'un des principaux lieux de production de jeux vidéo au monde. Cela est d'autant plus important puisqu'au niveau des plus petites initiatives, rien n'est encore certain comme il s'agit d'un grand marché et qu'il est difficile de se faire valoir. C'est pourquoi ces petites entreprises espèrent obtenir plus d'aide la part des organismes subventionnaires gouvernementaux. Or, les deux modèles d'entreprise ne devraient pas être séparés, au contraire, ils devraient s'influencer puisqu'ils proposent des produits différents. L'industrie du jeu vidéo est un écosystème qui ne cesse de se transformer et c'est en ce sens qu'on peut dire qu'elle demeure immature, puisqu'elle est bien enracinée, mais demeure sujette à de nombreux changements. En ce sens, Gaétan parlait d'une industrie adolescente, puisqu'elle se consolide progressivement, mais a encore beaucoup à apprendre dans les années à venir afin de s'ancrer solidement dans les sols montréalais.

Si l'on revient au sein de l'entreprise, on se rend compte que la situation des développeurs relève d'un certain ordre négocié; tout n'est pas noir ou blanc et bien qu'ils

remettent en question leur apport créatif dans le projet, il demeure qu'on aime ce qu'on fait. Si certains laissent miroiter un idéal créatif qui serait de fonder leur propre entreprise, il reste que très peu envisagent sérieusement de le faire puisque cela nécessite beaucoup d'efforts et peu d'entre eux seraient prêts à sacrifier leurs conditions de travail actuelles. La question est donc de savoir quelle direction prendra la relève alors que cette dernière est de plus en plus sensible à la question de la création et de ses contraintes. L'industrie du jeu vidéo s'affiche toujours comme un milieu créatif aux conditions de travail avantageuses, mais il serait possible de remettre en question ce domaine comme une avenue viable pour une jeunesse qui recherche un travail qui lui ressemble puisqu'au niveau pratique, on veut de moins en moins de nouveaux venus<sup>72</sup>, mais surtout, le processus créatif s'articule dans un univers industriel complexe aux contraintes multiples. Est-ce simplement l'émergence d'un simulacre au sens où l'entendait Baudrillard? Est-ce que cette volonté créatrice atteste d'une structuration progressive de l'industrie, qui aurait peine à s'adapter, et du milieu du travail organisé dans son ensemble? Je crois que la réalité en est une plus complexe et que les propos recueillis dans cette étude attestent d'une réalité anthropologique plus large où s'entrecroisent les croyances, les pratiques et les connaissances des individus ou ce qu'on pourrait autrement appeler la «culture» au sens anthropologique du terme. Les traits qui constituent le jeu comme activité ludique s'opposent en bonne partie à la pratique du travail organisé et la relation du joueur-développeurs face au jeu vidéo se trouve par le fait même transformée. J'ai voulu démontrer que cela allait au-delà de l'aspect formel des pratiques respectives et relevait plutôt des aspirations créatrices des développeurs et que ce sont ces dernières qui ont structuré les témoignages que j'ai ici présenté.

La réponse de la relève dans le secteur sera importante à évaluer puisqu'il s'agit ici d'une autre limite à ma recherche; mes informateurs étaient pour la plupart des vétérans de l'industrie. Du côté des écoles de formation, les professeurs interviewés

---

<sup>72</sup> Notons que le secteur affiche toujours un taux de croissance et donc d'embauche plus élevé que la moyenne québécoise (Technocompétences 2013).

m'affirmaient que leurs étudiants étaient de plus en plus sensibles à la question de l'indépendance créative, soit le fait de pouvoir s'émanciper artistiquement. De plus en plus, les développeurs de la relève se lancent du côté du jeu indépendant et tentent leur chance dans ce que l'on saurait appeler une loterie, puisqu'il y a de nombreux appelés et très peu d'élus. Ce mouvement est en partie imputable aux milieux de formation qui veulent garder leur indépendance académique face à l'industrie, afin de former des professionnels et des penseurs polyvalents, moins que des employés surspécialisés à effectuer une tâche donnée, voire un travail de commande. Cependant, je suis porté à croire que ce changement provient aussi de la culture, soit des jeunes qui veulent développer une indépendance créative en mettant de l'avant leur propre expérience avec le média. Je le disais en introduction, ce mémoire est né d'un intérêt personnel et affiche un parcours qui se veut lui aussi personnel et c'est cette même impulsion initiale qui m'a permis de cerner le paradigme qui fut le fil conducteur de cette recherche; soit en étant sensible vis-à-vis la condition des développeurs dont le travail se mêle aux intérêts personnels pour le jeu. Cette tension entre création et production est visible dans d'autres secteurs de la société, pensons notamment au milieu universitaire. Deux visions viennent s'opposer : la recherche fondamentale, mettant à l'épreuve la créativité du chercheur dans le but d'élucider une question dans le domaine de la science et la recherche appliquée, visant plutôt la formation et la production d'experts aux connaissances applicables sur le marché du travail. Je crois que cette même impulsion créative peut être observée chez ces jeunes qui continuent à faire hausser le nombre d'inscriptions dans les différents départements des sciences humaines, où la motivation première relève d'un questionnement individuel qui va au-delà d'un calcul avantage-coût.

## Bibliographie

- Adorno, Theodor et Max Horkheimer. 1944. *The Culture Industry : Enlightenment as Mass Deception*. Marxists.org. Disponible au <http://www.marxists.org/reference/archive/adorno/1944/culture-industry.htm> [Page consultée le 11 novembre 2013].
- Béllier, Irène. 2002. «Du lointain au proche. Réflexions sur le passage d'un terrain exotique au terrain des institutions politiques.» Dans *De l'ethnographie à l'anthropologie réflexive. Nouveaux terrains, nouvelles pratiques, nouveaux enjeux*, édité par Christian Ghasarian, Armand Collin, 45-61.
- Benjamin, Walter. 1955. *L'oeuvre d'art à l'époque de sa reproductibilité technique*. Disponible au <http://hypermedia.univ-paris8.fr/Groupe/documents/Benjamin/Ben3.html> [Page consultée le 20 juin 2014].
- Blanchet, Alexis. 2008. «Violence, cinéma et jeux vidéo : de la récurrence d'un même discours.» *Quaderni*, (67):11-18.
- Blanchet, Alexis. 2009. *Les synergies entre cinéma et jeu vidéo : histoire, économie et théorie de l'adaptation vidéoludique*. Thèse de doctorat, Université de Paris Ouest Nanterre La Défense.
- Boellstorff, Tom. 2010. *Coming of Age in Second Life : an Anthropologist Explores the Virtually Human*. Princeton University Press.
- Boellstorff, Tom, Bonnie Nardi, Celia Pearce et T.L. Taylor. 2012. *Ethnography and Virtual Worlds : a Handbook of Method*. Princeton university press.
- Boltanski, Luc et Ève Chiapello. 2011. *Le nouvel esprit du capitalisme*. Gallimard, Tel.
- Bolter, Jay David et Richard Grusin. 2000. *Remediation : Understanding New Media*. MIT Press.
- Bruno, Pierre. 1993. *Les jeux vidéo*. Syrios, coll. L'école des parents.
- Buscatto, Marie. 2010. *La fabrique de l'ethnographe*. Octarès, Collection travail & activité humaine.
- Caillois, Roger. 1967 (1957). *Les jeux et les hommes*. Gallimard.
- Cohendet, Patrick, David Grandadam et Laurent Simon. 2010. «The Anatomy of Creative City.» *Industry and innovation*, vol. 17 (1):91-111.
- Coulombe, Maxime. 2010. *Le monde sans fin des jeux vidéo*. Presses universitaires de France, coll. La nature humaine.
- Donovan, Tristan. 2010. *Replay. The History of Video Games*. East Sussex, Yellow Ant.
- Drazin, Robert, Mary Ann Glynn et Robert K. Kazanjian. 1999. «Multilevel Theorizing About Creativity in Organizations : a Sensemaking Perspective.» *The academy of management review*, vol. 24 (2):286-307.
- Fassin, Didier. 2009. «Les économies morales revisitées.» *Annales HSS*, (6):1237-1266.

- Florida, Richard. 2012. *The Rise of Creative Class - Revisited: 10th » Anniversary Edition - Revised and Expanded*. Basic books.
- Fortin, Tony et Laurent Trémel. 2009. *Mythologie des jeux vidéo*. Le cavalier bleu, coll. Mytho!
- Foucault, Michel. 1971. *L'ordre du discours*. Gallimard, nrf.
- Foucault, Michel. 1997. *Il faut défendre la société*. Gallimard Seuil, Col. Hautes Études.
- Foucault, Michel. 2001. *Dits et écrits, Tome 1 : 1954-1975*.
- Frasca, Gonzalo. 1999. *Ludology Meets Narratology: Similitude and Differences Between (Video)Games and Narrative*. (Ludology.org). Disponible au <http://www.ludology.org/articles/ludology.htm> [Page consultée le 17 octobre 2013].
- Grandadam, David, Patrick Cohendet et Laurent Simon. 2013. «Places, Spaces and the Dynamics of Creativity : the Video Game Industry in Montreal.» *Regional studies*, vol. 47 (10):1701-1714.
- Hamel, Jacques. 2013. *L'interdisciplinarité, manière de faire ou de dire la science ?* (EspacesTemps.net). Disponible au <http://www.espacestems.net/articles/linterdisciplinarite-maniere-de-faire-ou-de-dire-la-science-2/> [Page consultée le 4 décembre 2013].
- Hills, Matt. 2002. *Fan Cultures*. Routledge.
- Huizinga, Johan. 1988 (1937). *Homo ludens : essai sur la fonction sociale du jeu*. Gallimard, coll. Tel.
- Jenkins, Henry. 2006. *Fans, bloggers and gamers : exploring participatory culture*. New York University press.
- Kent, Steven L. 2001. *The Ultimate History of Video Games*.
- Kline, Stephen, Nick Dyer-Witheford et Greig De Peuter. 2003. *Digital Play : Interaction of Technology, Culture and Marketing*. McGill-Queen's University Press.
- Krzywinska, Tania et Geoff King, ed. 2002. *Screenplay : Cinema/Videogames/Interfaces*. Wallflower.
- Latour, Bruno. 2007. *Changer de société, refaire la sociologie*. La Découverte.
- Latour, Bruno. 2012. *Enquête sur les modes d'existence*. La Découverte.
- Le Diberder, Alain et Frédéric Le Diberder. 1993. *Qui a peur des jeux vidéo?* La Découverte. Paris.
- Marcus, George. 2002. *Au-delà de Malinowski et après Writing Culture : à propos du futur de l'anthropologie culturelle et du malaise de l'ethnographie* (Ethnographiques.org). Disponible au <http://www.ethnographiques.org/2002/Marcus> [Page consultée le 13 novembre 2013].
- Martel, Frédéric. 2011. *Mainstream : Enquête sur la guerre globale de la culture et des médias*. Flammarion, Champs actuel.
- Mauco, Olivier. 2008. «La médiatisation des problématiques de la violence et de l'addiction aux jeux vidéo.» *Quaderni*, vol. 67:19-31.
- Mäyrä, Frans. 2008. *An Introduction to Game Studies*. Sage publications.

- Mäyrä, Frans. 2009. «Getting Into the Game : Doing Multidisciplinary Games Studies.» Dans *The video game theory reader 2*, édité par Mark J.P. et Bernard Perron Wolf, Routledge, 313-330.
- Murray, Janet. 1998. *Hamlet on the Holodeck*. MIT Press.
- Ouellet, Kathleen. 2010. *Les heures de travail chez les concepteurs de jeux vidéo. De la passion pour les jeux aux pratiques de mobilisation*. M.Sc., Département de sociologie Université de Montréal.
- Paillé, Pierre et Alex Mucchielli. 2012. *L'analyse qualitative en sciences humaines et sociales*. Armand Collin, Collection U.
- Pastineli, Madeleine. 2011. «Pour en finir avec l'ethnographie du virtuel! Des enjeux méthodologiques de l'enquête de terrain en ligne.» *Anthropologie et sociétés*, vol. 35 (1-2):35-52.
- Perraton, Charles, Magda Fusaro et Maude Bonenfant, eds. 2011. *Socialisation et communication dans les jeux vidéo*. Presses de l'Université de Montréal.
- Perron, Bernard. 2010. «Le lecteur de théorie du jeu vidéo.» Dans *Les jeux vidéo au croisement du social, de l'art et de la culture*, édité par Sylvie Craipeau et al., Presses universitaires de Nancy, 15-26.
- Perron, Bernard et Mark J.P. Wolf, eds. 2009. *The Video Game Theory Reader 2*. Routledge.
- Perron, Bernard et Mark J.P. Wolf, eds. 2003. *The Video Game Theory Reader*. Routledge.
- Pralong, Jean. 2010. «L'image du travail selon la génération Y.» *Revue internationale de psychologie et de gestion des comportements organisationnels* vol. XVI (39):109-134.
- Simon, Laurent. 2002. *Le management en univers ludique : jouer et travailler chez Ubi Soft, une entreprise du multimédia à Montréal (1998-1999)*. Thèse de doctorat, École des Hautes Études Commerciales.
- Simon, Laurent et Patrick Cohendet. 2007. «Playing Across the Playground : Paradoxes of Knowledge Creation in the Video Game Firm.» *Journal of organization behavior*, vol. 28:587-605.
- Technocompétences. 2013. *L'emploi dans l'industrie du jeu électronique en 2012* (Technocompétences). Disponible au [http://www.technocompetences.qc.ca/Etudes/Etude\\_jeu\\_2012.pdf](http://www.technocompetences.qc.ca/Etudes/Etude_jeu_2012.pdf) [Page consultée le 30 novembre 2013].
- Trémel, Laurent, Philippe Mora et Tony Fortin. 2005. *Les jeux vidéo : pratiques, contenus et enjeux sociaux*. L'Harmattan, coll. Champs visuels.
- Tschang, Ted F. 2007. «Balancing the Tensions Between Rationalization and Creativity in the Video Games Industry.» *Organization Science*, vol. 18 (6):989-1005.
- W. Woodman, Richard, John E. Sawyer et Ricky W. Griffin. 1993. «Toward a Theory of Organizational Creativity.» *The academy of management review*, vol. 18 (2):293-321.

Zabban, Vinciane. 2012. «Retour sur les *game studies*. Comprendre et dépasser les approches formelles et culturelles du jeu vidéo.» *La Découverte|Réseaux*, vol. 3 (173-174):137-176.

## **Annexe 1 : exemple de questionnaire utilisé dans les entrevues en français**

### **1- Questions d'ordre biographique**

Expérience vis-à-vis le jeu (avant/aujourd'hui) – Chercher à comprendre ce qui lie l'individu au jeu vidéo de façon à cerner, plus largement, le profil vidéoludique de ces travailleurs.

- Quel âge as-tu et d'où viens-tu?
- As-tu toujours joué aux jeux vidéo?
- Quel est ton genre de jeux favoris?

Parcours académique/emplois qui ont mené chez [compagnie] – Cerner les différentes formations et parcours qui permettent l'embauche dans ce milieu. De plus, voir quel profit recherche-t-on chez les employés.

- Quel est ton parcours académique?
- As-tu réalisé des projets entourant le jeu vidéo?
- Dans quelles entreprises de développement de jeux as-tu travaillé?
- Comment es-tu arrivée chez [compagnie]?
- Est-ce que le milieu de travail chez [compagnie] est différent des autres entreprises pour lesquelles tu as travaillé? (Positionner la question selon déroulement)

### **2- Questions en lien au travail**

Perception du travail – Tenter de comprendre ce qui attire les employés dans ce milieu; par exemple, à savoir si cela va plus loin que la passion du produit vidéoludique.

- Pourquoi travailler dans l'industrie du jeu vidéo?
- Quels sont les avantages et désavantages de ce milieu de travail?
  - Versus un travail dans un autre milieu technique, par exemple?
- Est-ce que le rapport au jeu vidéo se voit transformé?

Relatif au milieu de travail lui-même – Comprendre la position de l’employée dans l’entreprise et la façon dont cela peut affecter sa vision du jeu vidéo. Quels potentiels conflits/tensions avec d’autres disciplines?

- Parle-moi un peu de ton travail de programmeur : quels défis?
- Qu’est-ce que tu aimes de ton travail plus précisément?
- Est-ce difficile de concilier l’aspect technique avec celui artistique?
- Est-ce que le milieu de travail chez [compagnie] est différent des autres entreprises pour lesquelles tu as travaillé?

### **3- Questions sur la vision de l’industrie**

Perception du produit et de l’industrie en général – Identifier la façon dont les travailleurs voient le produit et l’industrie à ce jour. Il s’agit de voir si les employés croient que le produit vidéoludique est homogénéisé.

- Que penses-tu de l’industrie et des jeux proposés à ce jour?
- Crois-tu que l’industrie laisse place à la diversité des jeux?
- Connais-tu les videogame studies?

### **4- Questions préférences personnelles**

Goûts et préférences – Tenter de déterminer quelles sont les préférences culturelles des travailleurs du jeu vidéo de façon à en faire un portrait personnalisés.

- Quels sont tes buts? Projets à long terme? Famille? Emploi?
- Outre que vidéoludiques, quelles sont tes préférences musicales, télévisées?
- Est-ce que tu lis des livres?
- Quels endroits fréquentes-tu? (Bars, resto, café, etc.)
- Quel genre de musique écoutes-tu?
- Si provenance étrangère, demander quelques questions...

## **Annexe 2 : exemple de questionnaire utilisé dans les entrevues en anglais**

### **1- Biographical questions**

Expérience vis-à-vis le jeu (avant/aujourd'hui) – Chercher à comprendre ce qui lie l'individu au jeu vidéo de façon à cerner, plus largement, le profil vidéoludique de ces travailleurs.

- Where do you come from?
- Have you always played video games?
- What is your favorite video game genre (type, style)?

Parcours académique/emplois qui ont mené chez [compagnie] – Cerner les différentes formations et parcours qui permettent l'embauche dans ce milieu. De plus, voir quel profit recherche-t-on chez les employés.

- What is your academic background?
- Have you realized personal video game projects?
- Have you worked for different creation companies?
- How did you get here, at [compagnie]?

### **2- Work related questions**

Perception du travail – Tenter de comprendre ce qui attire les employés dans ce milieu; par exemple, à savoir si cela va plus loin que la passion du produit vidéoludique.

- Why do you work in the video game industry?
- What are the advantages and disadvantages about working in this domain?
- Did your relation with the video game change?

Relatif au milieu de travail lui-même – Comprendre la position de l’employée dans l’entreprise et la façon dont cela peut affecter sa vision du jeu vidéo. Quels potentiels conflits/tensions avec d’autres disciplines?

- Tell me more about your art job :
  - What are the challenges?
  - Why the environment?
- More precisely, what do you like about your job?
- How do you interact with other disciplines? Regularly? (Level designer, ...)
- Is it difficult to reconcile the creative aspect with the production one?
- Is the environment here, different from the other companies you worked for?

### **3- Perception of the industry**

Perception du produit et de l’industrie en général – Identifier la façon dont les travailleurs voient le produit et l’industrie à ce jour. Il s’agit de voir si les employés croient que le produit vidéoludique est homogénéisé.

- What do you think about the industry and the distributed games nowadays?
- Do you think the industry gives enough space to innovation?
- Being an environment artist: what is the importance of the environment and do you think today’s games gives enough credits to this particular aspect?

### **4- Personal preferences**

Goûts et préférences – Tenter de déterminer quelles sont les préférences culturelles des travailleurs du jeu vidéo de façon à en faire un portrait personnalisés.

- What are your long term plans? Goals? Objectives?
- What are your musical preferences? Cinema?
- Do you read books?
- Which places you usually frequent? (Bars, resto, café, etc.)
- If he comes from another province/country, ask questions about it :
  - Do you think the industry’s dynamic is different? Etc.

