

Université de Montréal

Des jeux et des joueurs : L'âme des cartes du « King of Games » japonais Yu-Gi-Oh

Par

Pedelahore-Gassiot Valérian

Département d'anthropologie Faculté des Arts et des Sciences

Mémoire présenté en vue de l'obtention du grade de maîtrise en anthropologie

Juillet

2023

© Pedelahore-Gassiot Valérian, 2023

Université de Montréal Département d'anthropologie, Faculté des Études Supérieures

Ce mémoire intitulé

Des jeux et des joueurs : L'âme des cartes du « King of Games » japonais Yu-Gi-Oh

Présenté par

Pedelahore-Gassiot Valérian

A été évalué par un jury composé des personnes suivantes

John Leavitt

Président-rapporteur

Bernard Bernier

Directeur de recherche

Adam Lyons

Membre du jury

Résumé

Dans un effort pour mettre en valeur la pertinence de l'étude du jeu de cartes japonais Yu-Gi-Oh en tant que facteur non négligeable de la construction identitaire de ses joueurs, ce mémoire s'intéresse à l'analyse du rapport qu'entretiennent lesdits joueurs à leur jeu fétiche. Pour ce faire ce travail s'intéresse à trois des spécificités qui caractérisent le jeu de cartes Yu-Gi-Oh à savoir : l'élaboration transmédiate de sa narration, le caractère décisif des interactions entre ses joueurs ainsi que l'appropriation personnalisée du jeu par les participants. A la croisée de multiples disciplines telles que la psychologie, la ludologie, la narratologie ou encore la sociologie et soutenues par plus deux mois de terrain, les analyses et propos présentés dans ce travail ont également pour objectif d'offrir une plongée aussi immersive qu'enrichissante au sein du milieu socio-culturel des joueurs de Yu-Gi-Oh rappelant du même coup l'importance que peut avoir la pratique ludique pour l'être humain moderne. Enfin, avec ce devoir j'espère pouvoir démontrer que les joueurs de Yu-Gi-Oh ont tendance à se raconter des histoires à propos d'eux-mêmes à partir de leur médium de choix. Les cartes aussi ont une histoire.

Mots-clés : Anime, Manga, Transmédia, Narration, Culture populaire, Identité, Japon, Jeu de cartes, Jeux, Yu-Gi-Oh, Ludologie, Game design, Communauté moderne.

Abstract

In an effort to highlight the relevance of the study of the Japanese card game Yu-Gi-Oh as a significant factor in the « identity building » of its players, this master thesis focuses on the analysis of the relationship between said players to their favorite game. To do this, this work focuses on three of the specificities that characterize the Yu-Gi-Oh card game, namely: the transmedia development of its narration, the decisive nature of the interactions between its players as well as the personalized appropriation of the game by the participants. At the crossroads of multiple disciplines such as psychology, ludology, narratology or sociology and supported by more than two months of fieldwork, the analyzes and remarks presented in this work also aim to offer a dive as immersive as it is enriching within the socio-cultural environment of Yu-Gi-Oh players recalling at the same time the importance that playful practice can hold for the modern man. Finally, with this work i hope to be able to demonstrate that Yu-Gi-Oh players tend to tell stories about themselves from their medium of choice. Cards also have stories to themself.

Keywords : Japanese animation, Manga, Transmedia, Narration, Popular Culture, Identity, Japan, Card games, Games, Yu-Gi-Oh, Ludology, Game design, Modern community.

Table des matières

1) Introduction	11
2) Méthodologie	20
3) Revue de littérature.....	22
4) Cadre conceptuel.....	24
Partie 1 : De Yugi à Atem, de Senet à Yu-Gi-Oh ; la contextualisation d'un jeu de cartes qui transcende les frontières.....	27
Partie 2 : A la recherche de l'âme des cartes ; immersion au cœur de la communauté Yu-Gi-Oh.....	64
Yu-Gi-Oh : l'enfant roi du média mix et sa communauté.....	76
Appropriation et personnalisation : Devenir un duelliste	102
Interactivité décisive : ce que nous apprend le duel.....	126
Conclusion.....	138
Bibliographie :	141
Lexique.....	148

Liste des figures

Figure 1 : Bruce Ryu.....	36	
Figure 2 : Hyper Yo-Yo.....	37	
Figure 3 : Tamagotchi.....	38	
Figure 4 : Burger World.....	39	
Figure 5 : Comics.....	40	
Figure 6 : Zombire.....	40	
Figure 7 : Goule D'ombre	Figure 8 : Magicien Sombre.....	43
Figure 9 : Dragon Ailé	Figure 10 : Kojikocy.....	44
Figure 11: Gardien.....	44	
Figure 12 : Monster World Arc.....	45	
Figure 13: Exemple carte Yu-Gi-Oh Bandai 1	Figure 14: Exemple carte Yu-Gi-Oh 2.	48
Figure 15: Exemple monstre normal.....	66	
Figure 16: Exemple Monstre à effet.....	67	
Figure 17: Exemple carte Magie.....	68	
Figure 18: Exemple carte Piege.....	69	
Figure 19: Chasseur de Precision.....	70	
Figure 20: Revolver Dragon.....	71	
Figure 21: Nyarlathotep version Yu-Gi-Oh.....	85	
Figure 22:Amitie YU-JO.....	86	
Figure 23: Unite.....	87	
Figure 24: Exodia L'interdit.....	88	
Figure 25: Nuagien Flavor Text.....	89	
Figure 26: Card storyline l'héritage du monde.....	91	
Figure 27:Exemple heros elementaire.....	94	
Figure 28:Heros de la destinee.....	94	
Figure 29: Exemple heros du Mal.....	95	
Figure 30:Carte Magic Millstone.....	105	
Figure 31:Vente Tyler The Great Warrior.....	108	
Figure 32:Dragon Ultime aux Yeux Bleus Akihabara.....	109	
Figure 33:Meme copium.....	121	
Figure 34: Pot de cupidite.....	127	
Figure 36:Falaise Naturia.....	132	
Figure 37: Lucane Naturia.....	133	

Ce mémoire est dédié à Kazuki Takahashi créateur du manga Yu-Gi-Oh qui nous a quitté le 14 Juillet 2022.

Remerciements

Je souhaite remercier mes parents ainsi que mes grands-parents pour leur soutien financier comme moral tout au long de mes années d'études à l'université de Montréal.

Je souhaite aussi remercier les communautés de joueurs Yu-Gi-Oh dont il est question dans ce devoir qui se sont montrés des plus accueillantes à mon égard et qui ont fait montre d'un enthousiasme certain pour mon projet d'étude. Au sein même de cette communauté j'aimerais remercier particulièrement Fabio qui a donné à plusieurs reprises de son temps et de son énergie pour m'aider à enrichir ce travail d'exemple et de réflexion pertinente.

Et enfin, je souhaiterais adresser un remerciement très particulier à une certaine Miss Mouse, une jeune femme aussi formidable que rayonnante qui se reconnaitra. Elle m'a aidé à trouver le sujet de ce mémoire et s'est trouvé à mes côtés durant la majeure partie de mes recherches m'apportant tout du long et même au-delà un soutien précieux. Merci pour tout.

1) Introduction

À en entendre certains, nous serions en train d'assister à l'avènement de l'ère du ludisme (Sicart 2017, 2). Le monde, occidental du moins, aurait reconnu ces deux derniers siècles, et plus nettement que par le passé, intégré, dans son quotidien comme dans les plus hautes sphères de l'intelligentsia, la notion ainsi que la pratique du jeu comme une réalité inévitable et source de profondes réflexions. Le jeu serait donc une « inévitabilité » dans la vie de l'homme. L'homme du 21^{ème} siècle s'abreuve de cette vérité et se félicite de la redécouverte d'une pratique ancestrale qui a cohabité et cohabite encore avec le reste de celles qui se manifestent dans le règne animal.

À l'image de la cuisine, pratique antique s'il en est, dont la rationalisation conduit seulement en France au 13^{ème} siècle à l'émergence de la gastronomie, le jeu fera lui aussi l'objet d'une rationalisation tardive, cette fois-ci, de l'acte de jouer, entamée au 19^{ème} et 20^{ème} siècles par des auteurs tels que Johann Huizinga, Roger Caillois ou encore Emile Bénéveniste, rationalisation qui culminera à notre époque avec la naissance de la ludologie, une anthropologie du jeu à part entière. L'on ne se contente alors plus de jouer, on écrit, on analyse, on théorise, sur le jeu, et ce faisant l'on intellectualise et rationalise la pratique ludique ouvrant ainsi de nouvelles portes à son interprétation en tant que phénomène éminemment anthropologique.

C'est là une petite victoire du jeu au sein de la culture populaire comme dans le monde de la recherche qui n'est cependant pas à minimiser, car celui-ci a jusqu'à tardivement été boudé par la discipline anthropologique qui a longtemps corroboré les stigmates qui ont marqué son histoire en occident. En effet, bien qu'universellement identifiable et appréciée, la pratique du jeu ainsi que son étude ont fait l'objet de toutes sortes de jugements négatifs. L'on peut ainsi retrouver dès l'antiquité une critique acerbe du jeu par Aristote dans son « Ethique à Nicomaque » qui prône le principe d'« âreté », de

perfectionnement de soi au jour le jour et voit dans le jeu une distraction stérile car celle-ci n'a à ses yeux qu'une seule fin : le plaisir de jouer, l'amour du jeu pour le jeu, et se trouve alors être au mieux un délassement qui prépare l'homme à se remettre à une activité de plus haute importance, ou, au pire, une pratique trop absorbante qui distrait ce dernier de ses priorités, mais certainement pas une activité productive et digne d'intérêt en elle-même (Duflo 1997, 10). Cet avilissement du jeu et sa subordination à des pratiques jugées de plus haute considération vont se retrouver tout au long de son histoire. En France au moyen-âge, époque caractérisée par la dureté de la vie et l'importance de la survie, les jeux que sont par exemple la soule, la crosse, le jeu de billes ou le Franc du carreau sont perçus par les autorités comme une activité superficielle, perte de temps par excellence. Seuls des jeux tels que le tir à l'arc ou la quintaine trouveront grâce aux yeux de certains seigneurs car ceux-ci contribuent à former la jeunesse en vue de l'effort de guerre (Verdon 2015, 324).

Les échecs, apparus en Europe aux alentours du 10^{ème} siècle, seront également tolérés car ceux-ci inculquent l'acceptation des carcans hiérarchiques de l'époque et se verront même intégrés à l'éducation courtoise de la noblesse à partir du 12^{ème} siècle (Verdon 2016, 217-218).

Cependant il ne s'agit là que de fugaces exceptions dans l'histoire de la pratique ludique féodale qui sera plus volontiers marquée par les multiples décrets royaux proférés à son encontre.

Cela sera encouragé, voire même initié, par l'église catholique, qui viendra apposer au moins jusqu'au 16^{ème} siècle sur le jeu un jugement moral des plus impitoyable à travers de nombreux sermons. On y décrit le jeu comme un compagnon du vice, qui associe paresse, avarice, envie et colère, des péchés capitaux qui distraient l'honnête homme du chemin de la vertu. C'est par exemple pour cette raison qu'en 1254 dans son « Ordonnance de réformation du royaume », le roi Saint-Louis demande à voir bannis de la vie de son royaume tous jeux de hasard, allant jusqu'à interdire la fabrication de dés pour endiguer cette épidémie d'un genre nouveau (Guillaume 1983, 68). En Angleterre, en 1314, un décret d'Edouard II interdit à ses citoyens « de se mêler de lancer des pierres, de jouer au 'loggats ', aux anneaux, au ballon au pied ou à la main, ou à d'autres vains

jeux sans valeur » (Elias 1976, 18). Encore plus intransigeant, le sermon de 1423 de Bernadin de Sienne prédicateur italien condamne tous les jeux et intime à la population de brûler leurs cartes à jouer, pions et échiquiers ; ils s'exécutent. D'autres autodafés de ce genre se joueront dans toute l'Europe (Sanchez 2014, 12).

Au 15^{ème} siècle le poète allemand Sébastien Brant propose à travers son ouvrage « La Nef des fous » une satire poétique des vices de son temps et y réserve un chapitre entier aux joueurs à propos desquels il dit ceci : « Jeu sans péché va rarement, Qui joue n'est pas l'ami de Dieu. Les joueurs sont tous fils de Satan » (Brant 1977).

Cependant, vers la fin du haut moyen-âge et en dépit de l'important arsenal restrictif déployé à son encontre, le jeu a investi toutes les strates de la société tout en accroissant la diversité et la complexité de sa pratique. Au 16^{ème} siècle, devant cette « invasion ludique » du paysage européen, l'autorité religieuse n'a alors guère le choix que d'abandonner une répression systématique devenue intenable pour lui préférer une législation qui encadre plutôt qu'elle ne supprime la pratique du jeu (Netchine 2009). Jacques de Cessoles, moine dominicain italien, rédige au 13^{ème} siècle son ouvrage « Liber de moribus hominum vel officiis nobilium sive super ludo scacchorum » (Livre des mœurs des hommes et des devoirs des nobles ou Livre des échecs) qui fait du jeu d'échec une allégorie de la société féodale à visée éducative qu'il érige en modèle de cité idéale si tant est que chacun respecte la hiérarchie et le rôle que l'auteur attribue aux pièces dudit jeu. A la fin du 15^{ème} siècle l'ouvrage obtient l'honneur d'une impression officielle et compte de multiples traductions dans plus d'une cinquantaine de langues. Sa distribution à travers tout le continent européen se présente alors comme une preuve saillante supplémentaire d'un assouplissement des verdicts de l'ordre ecclésiastique contre leur ennemi de longue date (Mussou 2009, 25).

L'on commence alors à trier entre les bons et les mauvais jeux, les mauvais se trouvant être le plus souvent, les jeux de hasard notamment pour leur caractère absorbant et ruineux. A l'entrée dans la renaissance, le jeu, bien que davantage toléré par l'autorité en place est encore bien loin de la consécration. Des maisons de jeux fleurissent dans toute l'Europe et des manuels visant à en fixer les règles font aussi leur apparition, les plus célèbres étant probablement « La maison des jeux académiques » au 17^{ème} siècle suivie de sa version

étouffée « L'académie universelle des jeux » en 1718 qui sont parmi les premiers ouvrages accessibles en Europe qui répertorient et encouragent la pratique des jeux permis par le pouvoir (Sanchez 2014, 42-43). On assiste également à la mutation de jeux qui se rapprochent de leur forme contemporaine tels que le tarot, les dames ou encore le jeu de l'oye (jeu de l'oie) ainsi qu'à l'essor des jeux de hasard avec pour représentants le pharaon, le lansquenet ou encore le hoca et la loterie. Malgré son installation de façon de plus en plus pérenne dans les mœurs, le jeu restera tout au long du 17^{ème} siècle la cible de diatribes de moult lettrés et son immoralité est plus que jamais au cœur des débats (Guillaume 1983, 69). Ici, aux raisons théologiques qui lui étaient opposées par le passé s'ajoutent des arguments d'une morale plus moderne, qui défend une certaine éthique sociale et décrit le jeu comme aliénant, obsessionnel et décadent ayant causé la ruine de nombres d'hommes et de foyers. Jean Dussaulx est l'un d'entre eux. Il décrit dans son livre « De la passion du jeu, depuis les temps anciens jusqu'à nos jours » des joueurs esclaves du jeu et ramenés à un état proche de la sauvagerie par leur engagement dans l'acte ludique car celui-ci efface la convenance, exalte les passions et ramène l'homme à de bas instincts, le contraint à poursuivre de vils intérêts néfastes aussi bien pour l'esprit que pour le corps (Sanchez 2014, 16). Les arrêts municipaux vont ainsi continuer de pleuvoir sur l'acte ludique dans toute l'Europe. Parmi les plus représentatifs de cette époque l'on compte les traités de police du condé Nicolas De La Marre qui décrit en détail la fermeture des tripots et autres condamnations relatives à la pratique illicite du jeu et à ses débordements (rixes, paris, triches etc.) (De La Marre 1719). Preuve de la stigmatisation qui touche le jeu et ses pratiquants, l'on peut ainsi affirmer sans détours que nombre des archives existantes sur le jeu se trouvent être des sermons, arrêtés et autres documents ayant pour but de l'incriminer.

C'est dans ce contexte d'un 19^{ème} siècle occidental encore hostile à l'idée de reconnaître la valeur du jeu que l'anthropologie en tant que science sociale va officiellement voir le jour. Encore soumis à l'influence de plusieurs siècles de campagnes anti-jeu, les anthropologues, qui ont alors pour ambition de venir enrichir la littérature ayant trait à l'homme avec un grand H, ne vont pas naturellement se tourner vers le ludisme. Le jeu, considéré alors naturellement comme un aspect secondaire de la culture, qui plus est encore largement perçu comme improductif, sera définitivement relayé au second voire

troisième plan de la recherche anthropologique pour les décennies à venir (Malaby 2009, 206).

Résultat, à la fin du 20^{ème} siècle le jeu se trouve largement sous-représenté au sein de la discipline anthropologique malgré l'omniprésence de cette pratique au sein des sociétés humaines. Les publications du magazine « American anthropologist » créé en 1879 en plein essor de la discipline encore naissante existent pour confirmer que les quelques articles consacrés au jeu cessent aux abords de 1930. Une tendance qui se précise avec « L'homme » célèbre magazine d'anthropologie français fondé en 1961 qui n'accordera pas un seul article au jeu, pas plus qu'il ne sera fait mention du phénomène ludique au sein du « Dictionnaire de l'ethnologie et de l'anthropologie » qui viendra clôturer un siècle de recherches anthropologiques en 1991 (Wendling 2002, 28).

A la fin du 19^{ème} siècle invité dans la revue de Durkheim, Marcel Mauss, pilier de l'anthropologie moderne s'improvisera prophète malgré lui et osera ces mots : « (...) ni les études de nos confrères en sociologie, ni les nôtres propres ne sont assez avancées en ce qui concerne la théorie de ces phénomènes éminemment sociaux que sont les jeux » (Mauss 1902-1903, 666)

Puis le rideau tombera sur l'étude du jeu pour quelques années. Quelques textes épars paraîtront çà et là mais l'intérêt est au plus bas. Cependant, lorsque celui-ci se relève ce sera pour annoncer la renaissance de cette littérature qui explique, en partie, la situation décrite au début de cette introduction.

En effet, le jeu a gagné ces dernières années une certaine reconnaissance dans la littérature scientifique pour ses nombreux bienfaits et sa complexité analysée aujourd'hui par nombre d'auteurs tels que Gilles Brougère traitant du ludisme mis au service de l'éducation, Thierry Wendlings penché sur le jeu d'échecs, Olivier Caïra au sujet des jeux de rôle ou encore Laurie N. Taylor avec bien sûr les jeux vidéo. C'est là un plébiscite de la discipline anthropologique qui a donné naissance à des organismes tels que le « national institute of play » dont la raison d'être et d'encourager cette propension des sciences sociales à s'intéresser au ludisme.

L'on reconnaît maintenant volontiers à certains jeux de compétition ou de réflexion récents comme anciens la possibilité d'améliorer les capacités cognitives de leurs pratiquants. L'on recommande par exemple aux personnes âgées les mots croisés, les puzzles ou encore le sudoku pour aiguïser leur mémoire et leur attention. Des jeux vidéo de gestion et de stratégie tels que « Starcraft » ou « DOTA » dont les parties sont le plus souvent chronométrées et dont l'issue est basée sur la combinaison d'actions précises et simultanées ont aussi révélé de potentielles améliorations chez leurs adeptes en ce qui concerne la gestion du temps et la fluidification de la prise de décision (Reynaldo, Ryan, Hansel et Gunawan 2020).

L'aspect délassant du jeu n'est plus aussi tabou que par le passé à une époque contemporaine où les effets du stress et de l'anxiété sont mieux connus que jamais et où la santé mentale devient une préoccupation première, réelle ou cosmétique, de nombres d'entreprises et de domaines de recherche dont, évidemment, les sciences sociales. Le plaisir spécifique que procure le jeu aux joueurs est alors davantage valorisé. L'on dira de lui qu'il participe au bien-être général de l'individu lui offrant lorsqu'il s'achève par une réussite un instant de félicité et une méthode de décompression salutaire. Certaines études vont même jusqu'à considérer que le jeu peut améliorer les capacités de concentration, le développement intellectuel, ou encore la stabilité émotionnelle (Ramstetter, Murray et Garner 2010) (Niklas, Matti et Przybylski 2021). Et cela sans parler de l'abondante littérature récente qui lie le bon développement psychologique comme moteur d'un enfant en bas âge au choix précautionneux de jeux à même de répondre à ses besoins infantiles.

Ces découvertes et possibles culminent dans la notion de « serious game » et d'« edutainment », mouvance apparue ces dix dernières années, qui font du jeu l'outil d'apprentissage par excellence en incorporant à toutes sortes de disciplines, qui en apparence n'ont parfois rien en commun avec le jeu, des éléments ludiques. Fait intéressant, pareille démarche se rapproche de l'instrumentalisation du jeu à des fins guerrières observée au moyen-âge mentionné plus haut dans cette introduction. Cela tend à nous rappeler que le jeu pour le jeu n'est pas aujourd'hui non plus la seule considération qui prévaut dans le traitement du ludisme et que celui-ci continue à gagner en prestige par sa subordination à des objectifs jugés plus élevés.

Pour expliquer ce récent engouement populaire comme anthropologique pour la pratique ludique, l'on peut nommer succinctement quelques facteurs.

Tout d'abord, qui dit jeux dit joueurs et ceux-là ont considérablement augmenté en nombre au cours des deux dernières décennies et cela proportionnellement à l'offre sur le marché du jeu qui s'est elle aussi démultipliée dans le même temps. La population mondiale qui n'a cessé d'augmenter est bien sûr logiquement venu gonfler le nombre de joueurs potentiel mais c'est aussi et surtout à la banalisation de la pratique ludique dans nos sociétés modernes que nous devons aujourd'hui pareille réalité (Mister Spex 2021). Une banalisation de la pratique ludique qui va de pair avec une augmentation du temps dédié au loisir à notre époque contemporaine, des loisirs aujourd'hui accessibles au plus grand nombre (Viard 2015). Car si le jeu peut aujourd'hui être apprécié par la majorité c'est aussi parce que son accès et ses formes se sont grandement diversifiés, entre autres grâce à l'avènement du virtuel. Longtemps la gratuité de l'acte ludique a servi à son discrédit mais de nos jours celle-ci peut être vue comme une façon d'en simplifier l'accessibilité et de mettre à disposition de tout un chacun les bénéfices récemment mis à jour d'une telle pratique.

Bien sûr cette accessibilité simplifiée est aussi le fait d'une professionnalisation et par extension d'une promotion du jeu qui se sont opérées à notre époque et participent grandement à l'engouement et à la visibilité qui caractérisent nouvellement le phénomène ludique. Pour certains domaines il serait sans doute plus juste de dire que cette professionnalisation s'est poursuivie plutôt qu'opérée comme c'est le cas pour le milieu des sports dit olympiques qui n'aura pas attendu le 21^{ème} siècle pour s'institutionnaliser et par là-même obtenir une reconnaissance supérieure à ce que l'on pouvait décrire par le passé comme d'anecdotiques divertissements sans lendemain. La nouveauté vient davantage du développement de scènes compétitives internationales de jeux moins physiques que cérébraux tels que les dames, le mastermind, le go, les échecs ou encore le scrabble qui, s'ils ont pu pour certains bénéficier dès le 19^{ème} siècle d'un certain enthousiasme populaire, n'ont été reconnus que depuis les dernières décennies du 20^e siècle sous la dénomination de « Mind Sport ». Une nouvelle catégorisation qui mènera à la création en 1997 de la MSO (Mind Sports Organisation) suivie en 2005 de l'IMSA (International Mind Sports Association) qui promeuvent et structurent le développement

de ces « jeux d'esprit » notamment par la mise en place, chacun à leur tour, de tournois mondiaux analogues aux jeux olympiques que sont les « Mind Sports Olympiad » depuis 2000 et le « World Mind sport Games » depuis 2008. Comment parler aujourd'hui de compétition ludique sans mentionner l'e-sport, phénomène ludique typique de ces 15 dernières années, qui a fait de nombreux joueurs de jeux vidéo les sportifs d'une nouvelle génération qui ont vu leur passe-temps favori se hisser officiellement au rang de compétition sportive pour le meilleur comme pour le pire.

L'on mentionnait à l'instant une nouvelle génération et il fait peu de doute que les familiarités que celle-ci partage avec l'acte ludique jouent un rôle non négligeable dans l'engouement que suscitent aujourd'hui le ludisme et les réflexions qui en découlent.

Le rapport de l'ESA (Entertainment Software Association) qui s'intéresse aux grandes tendances dans le jeu vidéo nous en dit plus sur les spécificités de ce changement générationnel.

En effet l'on y découvre que l'âge moyen des joueurs est de 33 ans aux Etats-Unis et que plus de 70 % des parents jouent avec leurs enfants. La génération née à la fin des années 80 a connu les débuts de la culture jeux vidéo et y est restée attachée en grandissant. L'on peut alors émettre l'idée que cette culture ne porte alors pour eux que peu des stigmates qui ont tiré vers le bas le jeu « traditionnel » à l'époque de leur grands-parents et que celui-ci se voit transmis aux générations présentes et futures comme un loisir, voire une passion comme une autre quand elle ne profite pas d'un certain favoritisme (ESA 2022).

Ceci étant dit, il convient de rappeler que si le rayonnement de la pratique ludique au 21^{ème} siècle a profité, avec peu d'exceptions, à tous les types de jeux, l'impact météoritique du jeu vidéo sur les mœurs de notre époque lui a valu de se tailler une place de choix dans le cœur des joueurs comme au sein de la littérature traitant du ludisme au point d'exiger du milieu de la recherche qu'il distingue entre le médium vidéo ludique et les jeux de plateau, de cartes, ou de dés que l'on qualifie dorénavant de « traditional games ».

Dans ce contexte de production ludique extrêmement diversifiée et complexe, j'ai choisi pour mon travail de m'intéresser à un jeu que l'on qualifierait de traditionnel bien qu'il s'inscrive indubitablement dans l'air du temps et qui, tout autant que son petit frère vidéo ludique plus répandu, fascine. De plus il offre à l'anthropologue un champ d'exploration singulier que ses spécificités – qui feront l'objet de notre étude - rendent particulièrement intéressant : élaboration transmédiate de sa narration, caractère décisif des interactions entre les joueurs, appropriation personnalisée du jeu par les participants. Ce jeu, c'est le jeu de cartes japonais Yu-Gi-Oh.

Après l'exposé de la méthodologie, de la revue de littérature et du cadre conceptuel, ce travail sera découpé en deux grandes parties. Tout d'abord dans une première partie nous reviendrons là où tout a commencé, dans le Japon des années 90, lieu de la naissance de Yu-Gi-Oh afin de contextualiser celui-ci et ainsi mieux comprendre l'évolution et les spécificités de ce jeu devenu phénomène et dont la pratique moderne est encore tributaire. Notre deuxième partie sera dédiée à la mobilisation et à l'analyse des données récoltées au cours de mon terrain auprès des joueurs de Yu-Gi-Oh et qui dessinent les profils de ces derniers tout en mettant en évidence leurs rapports à leur jeu fétiche. Cette deuxième partie sera elle-même scindée en trois sous-parties qui s'articuleront autour des trois spécificités propres au jeu de Yu-Gi-Oh identifiées dans le paragraphe précédent.

2) Méthodologie

La méthodologie employée pour ce travail s'est traduite par la mise en place d'un terrain dans une ville moyenne du Sud de la France, dans un magasin spécialisé dans les jeux de cartes au sein duquel je me suis investi à la fois en tant qu'observateur qu'en tant que joueur. J'ai donc privilégié comme approche l'observation participante afin d'être au plus près de la réalité desdits joueurs. Une approche structurante largement utilisée au sein de ma discipline qui s'est concrétisée en un ensemble de prises de notes. J'ai également fait circuler sur place et sur les plateformes internet fréquentées par la communauté du magasin un questionnaire confectionné par mes soins me permettant d'articuler leur rapport au jeu. Le questionnaire se compose d'une quarantaine de questions à choix multiples et de cinq questions ouvertes.

A cela sont venues s'ajouter six entrevues semi-structurées réalisées avec des joueurs du même magasin. Il existe pour ces entrevues une grille d'entretien présentant des questions générales ayant pour but d'aiguiller la discussion. J'ai finalement laissé une grande liberté de parole aux personnes concernées comme le prouvent par la suite les réponses mobilisées pour mon travail.

Ce terrain s'est déroulé sur une période de deux mois à la suite de laquelle j'ai jugé avoir récolté un échantillon de données substantiel, représentatif de la diversité des joueurs et satisfaisant pour la réalisation de mon projet de mémoire.

J'ai également appliqué des méthodes similaires dans quelques magasins de cartes d'une grande ville du Québec pour une durée moindre : trois semaines.

J'ai en tout collecté vingt-quatre questionnaires (21 en France plus trois au Québec), réalisé six entrevues semi-structurées allant de une à trois heures dont l'audio a été enregistré et rédigé de multiples notes issues de mes observations, participantes ou non, des joueurs, des lieux de jeux et d'un tournoi régional qui s'est déroulé dans une grande ville du Sud de la France.

Les données recueillies au cours de ces deux terrains seront exposées tout au long de mon travail. Elles seront mobilisées lorsque celles-ci servent mon argumentaire ou la contextualisation de certaines réalités. La mobilisation des données recueillies n'est donc pas exhaustive et prendra le plus souvent l'une des quatre formes suivantes : une donnée statistique calculée par mes soins à partir d'une ou plusieurs réponses à mon questionnaire, la retranscription de réponses aux questions ouvertes du même questionnaire, des événements ou commentaires rapportés à partir de mes notes ou de mes souvenirs et enfin la retranscription de plusieurs passages des entrevues semi-structurées susmentionnées.

Afin de garantir l'anonymat des six personnes qui ont bien voulu m'accorder une entrevue, le nom de chacun d'entre eux sera remplacé par un pseudonyme. Voici les pseudonymes en question : Dion, Jinn, ZZ, Wilhelm, Agis et « le capitaine ».

3) Revue de littérature

L'anthropologie du jeu s'illustre aujourd'hui à travers "The association of the study of play" (TASP) qui publie depuis 2012 « The International Journal of Play » ou l'« American Journal of Play » dont la publication date de 2008. Au 21^{ème} siècle l'anthropologie du jeu possède donc bien des revues qui lui sont dédiées. Les références dans le milieu anthropologique traitant du jeu sont plus nombreuses et en vue que par le passé, c'est un fait. Et cela bien que les deux magazines susmentionnés fassent avant tout la part belle à l'usage du jeu dans le développement psychologique de l'enfant. L'étude du jeu chez les animaux, notamment les chiens, fait aussi l'objet d'une attention toute particulière en tant que forme d'apprentissage des comportements adultes.

Cependant, comme le précise en 2016 l'anthropologue Roberte Hamayon dans son ouvrage « Why we play », la littérature du jeu ne s'est jamais entièrement remise de sa longue qualification comme objet de recherche secondaire ou à ne pas prendre au sérieux (Hamayon 2016, 16). Le résultat de cela est une littérature anthropologique qui l'évoque souvent de façon sporadique, éclipsée par des pratiques et un lexique qui pourtant flirte avec le ludisme quand il n'en découle pas directement, mais dont l'on reconnaît rarement la prévalence au sein des phénomènes sociaux étudiés que peuvent être par exemple le rituel, le don, ou encore le sport. La littérature concernant le jeu est aussi très spécialisée, et se construit sous l'égide de multiples disciplines ce qui donne lieu à des définitions du jeu au moins aussi diverses que les variations de la pratique ludique sont nombreuses.

Cela étant dit, afin de restreindre le champ des possibles et de me concentrer sur les ouvrages qui apportent un soutien à la fois conceptuel, théorique, et informatif à ma recherche, j'ai procédé à une analyse de la littérature sur le jeu jusqu'à sélectionner une poignée d'auteurs clés.

Ceux-là mêmes auxquels nous devons, à ma connaissance, les trois théories du jeu généralistes à visée anthropologique existantes à savoir Johann Huizinga en 1943, Roger Caillois en 1958, et plus récemment, en 2016, Roberte Hamayon. Ces trois chercheurs théoriciens du jeu offrent l'avantage pour le lecteur d'avoir chacun à son tour construit sur la théorie de son prédécesseur au sein d'une même discipline palliant ainsi en partie au caractère éparpillé de la littérature sur le jeu et permettant un cumul ainsi que la centralisation d'un savoir sur ce sujet trop souvent parcellaire. Les choisir revient alors à profiter de ce savoir enrichi et centralisé.

Huizinga et Caillois sont connus, à juste titre, comme deux des plus importants auteurs ayant contribué à l'étude du jeu comme phénomène socioculturel signifiant au cours du siècle dernier. La majorité des travaux modernes traitant du jeu en sciences humaines s'y réfèrent encore et les théories qu'ils ont conceptualisées de leur temps offrent toujours une vision du jeu inspirante, terreau fertile à partir duquel réfléchir sur le médium ludique. Il me semble donc naturel de mobiliser les résultats de leurs travaux pour ma recherche.

Les apports d'Hamayon, anthropologue française et la plus récente autrice d'une théorie généraliste sur le jeu, me semblent également indispensables car outre ses intelligentes avancées dans l'étude du jeu, son ouvrage « Why we play » offre un pont bienvenu entre les connaissances passées et contemporaines les plus pertinentes concernant l'activité ludique et en propose une approche moderne qui se présente comme un complément actuel à celles des deux auteurs présentés plus haut.

Mon sujet se trouvant à la croisée de multiples disciplines, je me permets également de mobiliser le travail de l'auteur Henry Jenkins, un des premiers à s'être intéressé au phénomène du transmédia dans son livre « Convergence Culture: Where Old and New Media Collide ». Phénomène transmédia dont Yu-Gi-Oh et sa franchise sont parmi les plus importants représentants comme nous allons avoir l'occasion de le constater par la suite.

4) Cadre conceptuel

A l'image des angles d'analyse spécifiques choisis pour le jeu, les cadres conceptuels prenant en compte la pratique ludique ont souvent vu le jour pour répondre à des questions nées d'une représentation du jeu on ne peut plus précise.

Quant à moi, mon sujet porte sur un type de jeu parmi les plus anciens : le jeu de cartes qui sous la forme qui m'intéresse a connu une certaine modernisation mais porte néanmoins en lui des caractéristiques représentatives du jeu avec un grand J.

J'ai donc décidé de me fier à des théories du jeu fondatrices et englobantes dans la compréhension d'une pratique ludique concrète et sur les effets que celle-ci peut avoir sur ses joueurs et leur environnement plutôt que sur des théories qui emploient le jeu comme métaphore ou argument d'une réflexion subsidiaire par rapport à leur sujet principal. Mon sujet reste le jeu et ce qu'il induit.

Dans ce but, je me revendique tout d'abord de Johann Huizinga. Père des théories du jeu, Huizinga est un incontournable des études sur le jeu depuis le jour de la sortie de son livre « Homo Ludens » en 1943 qui présente le jeu comme civilisateur, terreau fertile de la culture à laquelle il sert pour ainsi dire d'incubateur avant qu'elle ne s'exprime comme telle dans nos sociétés. Selon Huizinga avant d'être perçue comme culture, celle-là existerait sous forme de jeu qui ne serait autre que l'élément primaire de la culture. L'on comprend d'emblée avec les hauts faits que l'auteur néerlandais accorde au jeu que celui-ci revêt pour lui une nature hautement plus signifiante et édifiante que celle qu'ont bien voulu lui accorder nombre d'auteurs avant lui et aussi que nombre d'autres lui accorderont après lui. Sans affirmer que le jeu de carte Yu-Gi-Oh au cœur de mon sujet possède une fonction civilisatrice, je fais mienne la théorie de Huizinga pour son approche résolument positive du jeu qui en fait un élément socioculturel formateur et transformateur de lui-même comme de ceux qui s'adonnent à sa pratique.

À Roger Caillois, deuxième figure iconique de l'anthropologie du jeu, j'emprunte les catégories et la nomenclature que ce dernier a forgées pour décrire la pratique ludique : *alea* (chance), *agon* (compétition), *ilinx* (vertige), *mimicry* (simulation). Des catégories à utiliser comme autant d'outils de description des dynamiques sociales actives dans le domaine du jeu qui ont aussi servi de base pour la conception de mon questionnaire et joueront un rôle clé dans la définition du jeu de Yu-Gi-Oh ainsi que des actions qu'il est à même d'induire au sein de sa communauté. Également, le jeu comme une simulation de la vie réelle, telle que le présente Caillois, à même de nous préparer à ses affres sous des conditions uniques, sera aussi mobilisé afin d'expliquer et analyser certains cas rencontrés sur mon terrain.

La théorie de Chris Crawford, « game designer » et auteur qui vient définir ce qui est pour lui un « jeu complet », viendra compléter la définition de Yu-Gi-Oh en tant que « système ludique » afin de mieux appréhender sa complexité et permissivité à l'origine de nombre des plus significantes interactions propres au jeu de cartes Yu-Gi-Oh.

Je me référerai également à la notion de « Deep play » développée par Clifford Geertz dans ma seconde partie afin de présenter le jeu comme un phénomène interprétatif dans lequel les individus se racontent eux-mêmes une histoire à propos d'eux-mêmes. Une histoire qui est nourrie par un « assemblage de textes », de narratifs que peut représenter, selon Geertz, la culture et ses dérivés socio-culturels (Geertz 1973, 448). Cette même histoire devrait ainsi nous permettre de décrire la réalité et les caractéristiques propres aux joueurs.

Dans la continuité de cette idée je ferais également appel aux concepts littéraires du narratologue Gérard Genette développé dans son ouvrage « Palimpsestes », à savoir l'intertexte, le métatexte et l'hypertexte qui seront employés dans ce travail pour analyser plus en détail les récits et narratifs mis à jour grâce aux outils théoriques empruntés à Geertz.

Pour être sûr de saisir toutes les subtilités de ces fameux récits, je me permets d'ajouter également un quatrième concept au trois concepts littéraires pensés par Genette, celui de transtexte conceptualisé par les auteurs Benjamin Derhy Kurtz et Mélanie Bourdaa inspiré des écrits d'Henry Jenkins qui décrit une nouvelle forme de narratif fort à propos compte tenu du sujet qui est le nôtre à savoir un narratif propre au transmédia qui dépend davantage que les trois précédents de l'active participation de son public pour prendre forme. Un public qui comme nous allons le voir dans le cas de Yu-Gi-Oh exemplifie tout à fait ce même rapport actif voire proactif à son univers fétiche.

Enfin, Roberte Hamayon viendra enrichir notre analyse du rapport identitaire que les joueurs sont à même de développer avec leur jeu, notamment par le biais du concept d'altérité que l'autrice développe longuement dans son dernier ouvrage « Why We Play ? ».

Partie 1 : De Yugi à Atem, de Senet à Yu-Gi-Oh ; la contextualisation d'un jeu de cartes qui transcende les frontières

En 1996, dans une réalité autre mais néanmoins semblable à la nôtre, par une nuit sans lune, un jeune garçon du nom de Yugi Muto reconstitue un puzzle, un jeu égyptien millénaire, mentionné nous dit-on dans le Livre des morts, célèbre ouvrage de la littérature antique, qui relate nombre de rituels magiques propres à l'Égypte ancienne. Par cet acte le jeune Muto libère l'âme d'un illustre pharaon égyptien qui va trouver résidence dans l'esprit du jeune garçon faisant de lui l'hôte d'une seconde personnalité avec laquelle il va prendre part à nombre de jeux au moins aussi divertissants qu'ils pourront s'avérer mortels, rituels ou sportifs. Le manga Yu-Gi-Oh, très littéralement, « King of games » était né. Mais, si l'on sait aujourd'hui avec le recul que cet événement marque la naissance d'une franchise transmédia qui va prendre d'assaut le monde entier, pour Kazuki Takahashi, son créateur, cette œuvre n'est encore à ce stade qu'une tentative supplémentaire de voir se réaliser son rêve : Dessiner un manga à succès dans le célèbre magazine « Shonen Jump ». Paru pour la première fois en 1968 ce magazine de la Shûeisha a depuis vu naître dans ses pages nombres d'œuvres cultes tels que Dragon Ball, One Piece ou encore Bleach qui à l'image de Yu-Gi-oh ont connu un rayonnement international. Le magazine est connu de tous au Japon avec des ventes annuelles au cours des années 90, que beaucoup considèrent comme son âge d'or, allant de 200 à 340 millions d'exemplaires. A titre d'exemple en 1994 la somme totale de publications manga, tomes et magazines combinés, s'élève à 2,27 milliard représentant 35 % de toute la littérature publiée dans le pays (Wong 2006).

Lanceur de tendances créatives, laboratoire de l'imaginaire sans cesse renouvelé et vecteur d'icônes immortelles, être publié dans le Shonen Jump et plus encore y trouver le succès est un accomplissement à nul autre pareil.

Alors qu'il est encore au collège, un professeur prend à partie Takahashi et l'invective ouvertement devant la classe toute entière : « Takahashi ! Tu ne fais que manger, dormir et déféquer ! Tu es une machine à déféquer ! » lui hurle-t-il. La classe explose de rire. Pour ne pas perdre la face Takahashi rit lui aussi. Mais en réalité il serre les poings et

pense à l'encontre de son professeur « Je pourrais lui en mettre une en ce moment ! ». Dans un esprit de défi il songe alors « Une machine à déféquer ne peut pas dessiner de manga ! ». A cette époque grand amateur des œuvres du Shonen Jump et abritant déjà en lui le désir de créer, cette scène ainsi vécue sera l'impulsion définitive qui convaincra Takahashi de se destiner à une carrière de Mangaka (Takahashi 2002).

Cette détermination ne suffira pourtant pas à lui faciliter la tâche.

A partir de ses 19 ans Takahashi va dessiner et proposer diverses idées d'histoires à plusieurs magazines de manga qui au cours des dix années à venir se verront refusées les unes après les autres.

A partir de 1990, deux de ses manga « Tokio no Tsuma » et « Tenzen Iro Danji Buray » paraîtront enfin dans le Weekly Shonen Jump mais leur publication sera de courte durée et ne rencontreront qu'un maigre succès. C'est finalement en 1996 avec Yu-Gi-Oh que Takahashi entre dans la légende.

Lorsqu'il approche son éditeur avec cette nouvelle histoire, Takahashi cherche à créer un manga de combat mais a à cœur de se distinguer de ses pairs en suggérant une autre approche. Les personnages ne se battront pas avec leurs poings mais par le biais de jeux. Avec Yu-Gi-Oh Takahashi cherche à traduire sa passion pour le jeu sous toutes ses formes qui l'obsède depuis son plus jeune âge. Dans la vision qu'il a de son œuvre, Yugi Muto, un garçon chétif et craintif, devient un charismatique stratège lorsqu'il prend part à un jeu symbolisé dans le manga par l'éveil de sa seconde personnalité, celle d'un pharaon d'Egypte au palmarès héroïque. C'est sur cette idée que celui qui joue à un jeu en devient son héros que se construira le scénario de Yu-Gi-Oh.

Seulement, malgré un créateur inspiré et un synopsis intrigant, l'on serait en droit de se questionner sur l'accueil qui sera réservé à l'œuvre de Takahashi par la population japonaise de son époque.

En effet, les années 90 au Japon ne sont à première vue pas placées sous le signe du ludisme, loin de là.

Tout juste sorti de l'explosion de la bulle économique qui aura placé le Japon parmi les puissances économiques de premier plan depuis 1968, le pays connaît alors de 1990 à

2003 une importante période de récession dont les conséquences vont plonger la population dans une morosité ambiante pour la décennie à venir. C'est le début de ce que nombres d'économistes et historiens qualifieront de « décennie perdue » (Ushinawareta Jūnen). Les chiffres du chômage grimpent en flèche alors que les salaires s'effondrent. La stabilité d'un emploi à vie (shūsin koyo) assuré auparavant par le statut de « salaryman » ou de travailleur régulier dans les grandes entreprises se fait plus rare et avec cela les perspectives d'une vie familiale s'assombrissent. L'on assiste aux prémices d'un changement de paradigme au sein du monde du travail qui multiplie les cas d'emploi irrégulier (hiseikikoyo) qui deviendront à terme une alternative pour une large partie de la jeunesse japonaise plaçant celle-ci dans une dangereuse situation de précarité financière souvent sous le regard accusateur de leurs aînés qui ne se privent pas de les taxer de fainéants (Allison 2009, 90). Incapables de rembourser les emprunts de leur clients, nombre de banques font faillite, un destin que souhaitent s'épargner plusieurs compagnies qui licencient sans préavis des employés et envoient prématurément d'autres d'entre eux à la retraite (Kingston 2004, 243). En outre, les grandes entreprises diminuent fortement l'embauche des jeunes diplômés, ce qui frappe la jeune génération.

En 1995 une affaire de corruption qui implique à divers degrés les 47 préfectures du Japon éclate au grand jour. Les citoyens japonais apprennent alors avec stupeur que près de 250 millions de yen sont dépensés chaque année par des organismes publics pour s'attirer les bonnes grâces de figures importantes du gouvernement. Des rapports de dépenses sont régulièrement falsifiés surévaluant les dépenses de voyage et de rencontre desdits officiels afin de cacher l'existence de ces onéreux pourboires. La colère des citoyens japonais face à ces révélations est d'autant plus grande que le pays est encore à ce stade pris dans un certain marasme économique (Kingston 2004, 47).

Une perte de confiance dans leurs institutions autant que dans l'avenir se fait alors sentir au sein de la population japonaise.

Abreuvés par les médias de nouvelles des plus troublantes, certaines sans précédent, allant de l'attaque au gaz Sarin de la secte Aum, au séisme de Kobe jusqu'à l'affaire du Boys

A¹ qui met en évidence l'émergence supposée d'une forme de délinquance des plus sadiques au sein de la jeunesse japonaise, ces actualités contribuent à souligner l'apparente déliquescence² d'un climat social jusqu'alors harmonieux auquel la population japonaise reconnaissait de nombreux bienfaits.

L'on assiste également à l'émergence d'une forme d'individualisme (kojin shugi) et d'isolement qui tend à se banaliser spécifiquement au sein de la jeunesse du pays (Yoshi 1998).

Le phénomène des hikikomori et autres « shut-in » prend de l'ampleur et devient un sujet de débat préoccupant dans les médias (Allison 2006, 82).

En 1997 une enquête menée par l'agence publicitaire Hakuhodo révèle que la plupart des enfants japonais entre 10 et 14 ans mangent leur repas seuls, parmi eux 44 % suivent des cours particuliers et rentrent chez eux aux alentours de 20 heures (Yoda 2006, 334).

Victime privilégiée d'une société académique incertaine et désenchantée qui plus que jamais ne voit la réussite que par le prisme de la vie professionnelle, cette génération sera renommée à posteriori les enfants du post-industriel, ceux qui cherchent une autre voie au-delà de ce que la modernité leur a promis (Ito 2010).

Enfin, l'on peut noter comme dernier effet signifiant de cette période de crise que traverse le Japon des années 90 l'échec idéologique, relatif, d'un pays qui avait connu au cours des 30 années précédentes une remarquable et remarquée progression de son économie. En effet, le bien nommé « miracle économique japonais » qui bat son plein entre 1960 et 1973, et la croissance modérée entre 1975 et 1990, alors que les « États-Unis et l'Europe connaissaient une économie stagnante, n'ont pas manqué d'être encensées à l'extérieur au moins autant, si ce n'est plus, qu'à l'intérieur du pays.

1 L'affaire du « Boys A » fait référence aux meurtres de deux enfants âgés de 10 et 11 ans en 1997 par un adolescent de 14 ans opérant sous le pseudonyme de Seito Sakakibara. La victime la plus âgée sera décapitée et sa tête placée devant le portail de son école avec dans sa bouche un mot défiant les autorités. L'affaire défrayera la chronique pour son aspect théâtral. Voir D'Orangeville, 2010 (https://papyrus.bib.umontreal.ca/xmlui/bitstream/handle/1866/3968/D'Orangeville_Akane_2010_Memoire.pdf)

2 Plusieurs faits divers impliquant des jeunes secouent alors le Japon au point que sera popularisé dans les médias l'idée d'« oyagi gari », très littéralement « chasse de gens âgés » une sorte de chasse à l'homme à laquelle s'adonneraient certains jeunes avides de s'attaquer à leurs aïeux.

Des auteurs comme Murakami Yasusuke qui voit dans le salaryman un héros du peuple ou Nakane Chie qui juge non applicable la notion occidentale de classe à son pays se sont enorgueillis de ce résultat ne manquant pas d'en attribuer les mérites, à tort ou à raison, à des spécificités bien japonaises qui ont participé à éperonner une fierté nationale malmenée par la défaite qu'essuie le Japon à la suite de la Seconde Guerre mondiale. Ainsi, avec une diminution drastique de son capital économique, le Japon ne perd pas seulement une partie de son prestige à l'international mais se retrouve aussi à devoir panser une nouvelle blessure infligée à l'identité nippone.

Seulement, s'il n'existe pas une solution unique aux problèmes présentés jusqu'ici, il existe bien une autre facette de la réalité japonaise de cette époque qui tend à venir nuancer ce portrait accablant du pays du soleil levant.

Il existe de fait un autre Japon qui a existé à cette même période et se trouve être un incubateur de tendances, phénomènes socio-culturels, et création de software comme rarement ce fut le cas dans son histoire moderne. Malgré la récession, le Japon des années 90 est un Japon de marques qui connaît un essor culturel et technologique des plus innovants, fort d'importations étrangères, particulièrement américaines qui, comme les Japonais savent si bien le faire, connaîtront un processus d'assimilation à la culture nippone (Allison 2006, 14-68-69).

La crise a fait mal aux finances des Japonais, certes, mais même cela n'aura pas su freiner le capitalisme triomphant et l'avancée du consumérisme au sein de l'archipel qui était déjà bien engagé avant que la bulle économique n'éclate. Et bien que du consumérisme ne découlent pas directement tous les divertissements et produits culturels nés à cette époque, il est indéniable que celui-ci a contribué à développer une société de services et de biens venue combler de nouveaux besoins dans le domaine des loisirs (Tobin 1992, 106-125) (Horioka 1993).

Ainsi, le Japon des années 90, c'est aussi la frénésie des Keitai Denwa (téléphones portables), de la démocratisation d'internet avec l'arrivée de windows 95, du tamagotchi, du baladeur CD de Toshiba, de la Gameboy de Nintendo, de la playstation de Sony, du compagnon chien robotique AIBO ou encore de l'âge d'or des salles d'arcades du géant Konami et des chiffres de ventes record des magazines Shonen.

Vous l'aurez compris, avec cette liste non exhaustive, s'il y a bien un secteur de l'industrie au Japon qui parvient à tirer son épingle du jeu au milieu de ce marasme économique, c'est bien, justement, celui du jeu, plus précisément l'industrie du divertissement et de la culture comme on l'appelle alors.

Yoka (loisirs), rejā (version japonaise du mot anglais « Leisure ») ou asobi (jeu), autant de termes qui ont connu un intérêt croissant au Japon les trente années qui ont précédé son entrée dans le 21^{ème} siècle et qui culminent dans les années 90 pour décrire et analyser les habitudes de vie changeantes de sa population.

En 1987 le Yoka Kaihatsu Sentā (centre de développement des loisirs) qui a pour objectif de promouvoir l'industrie du divertissement soumet un questionnaire à la population japonaise. Celui-ci leur demande « Which one is more important to you, leisure or work? ». 7,8 % des personnes interrogées choisissent la réponse suivante « I want to pursue a life worth living with leisure more than work » et 19.3 % choisissent la réponse qui suit : « I want to take care of the important affairs at work as quickly as I can and then enjoy my leisure time as much as possible ». En 1992 à la même question les interrogés ayant choisi les deux réponses susmentionnées sont plus nombreux et représentent respectivement 10 % et 24.6 % des sondés. Dans le même temps les individus en accord avec les réponses « I want to enjoy my leisure time when I have it but put more energy in my work » et « make my life worth living through my work by devoting all my energy to it » ont connu une perte de popularité certaine (Harada 1994, 280).

En 1982 le marché du divertissement au Japon engrange près de 39,5 trillions de yens. En 1992 ce chiffre a doublé avec 74,2 trillions de yen engrangés par l'industrie du divertissement (Harada 1994, 281). En 1996 ce chiffre atteint les 85,1 trillions de yens, dont 56,4 trillions soit 66,3 % de la totalité du marché sont dus aux jeux vidéo, salles d'arcades, karaoké, pachinko et autres jeux d'argent (Manzenreiter et Ben-Ari 2004, 518).

Dans les décennies précédentes, la population japonaise composée en large majorité de représentants de la classe moyenne a une pratique de ses loisirs des plus homogènes qui se caractérise notamment par la visite en famille de « rizôto » (de l'anglais resort), sorte de station de repos qui propose onsen, massage et autres types d'activités portés sur le bien-être (Linhart 1998, 238-239) (Harada 1994, 286). Mais cela a tendance à changer

dans les années 90 où l'on assiste à l'arrivée à maturité d'habitudes de consommation nées dans les années 80, période durant laquelle les Japonais profitent de plus amples moyens financiers pour choisir dans quel divertissement ils souhaitent investir (Manzenreiter et Ben-Ari 2004, 506-507). Cet apprentissage se poursuit la décennie suivante avec la mise à profit de ces savoirs afin de préciser encore davantage leurs choix de loisir au cœur d'une société nipponne qui multiplie les appels du pied et propose des types de divertissement toujours plus variés.

La pratique des loisirs s'en trouve alors particulièrement fractionnée et l'ampleur que ceux-ci prennent encourage la prolifération et l'expansion de groupes qui se voient nommés en fonction du type d'activité auquel ils prennent part durant leur temps libre. Parmi ceux-là, les plus célèbres sont sans doute les otakus mais l'on peut aussi citer les bosozoku³ ou encore les gyaru⁴.

Le peuple japonais semble avoir fait son choix : les années 90 seront placées sous le signe de la culture et du ludisme. Ces tendances n'échapperont pas au gouvernement japonais qui pour des raisons économiques comme idéologiques va tout faire pour porter le plus loin possible ces élans mobilisateurs. L'on assiste alors pour le Japon au passage d'un empire économique à un empire culturel (bunka pawa).

A l'intérieur du pays, cela se traduit par l'émergence d'icônes et d'œuvres dont certaines que j'ai déjà pu mentionner plus haut répondent à des critères de création qui font sonner de façon particulièrement juste la corde sensible de certaines franges de la population japonaise.

Des chercheurs nous parlent alors, par exemple, d'« expressive strenght » (hyogenryoku), une capacité de représentation des créateurs japonais dans leur approche du design qui serait particulièrement déterminante dans le fait de concevoir des personnages, histoires et images qui resteraient dans les mémoires (Allison 2003, 383). L'on serait aujourd'hui

³ Le terme bosozoku désigne une part de la jeunesse japonaise qui s'adonnaient à une forme de conduite dangereuse au sein de clans de motards tout en respectant un code esthétique voire moral assez strict. Les bosozoku apparaissent dans les années 60 au Japon et font parler d'eux jusqu'à la fin des années 90.

⁴ Le terme gyaru désigne généralement des filles japonaises à la peau bronzée et aux cheveux décolorés vêtues de vêtements tape à l'œil. Les gyaru, de par leur aspect, sont souvent associées au milieu de la mode et revendiquent leur esthétique criarde.

tenté de rapprocher ce commentaire d'analyses plus modernes qui voient dans la culture visuelle japonaise des qualités intrinsèquement nipponnes qui expliquent la réussite d'œuvres telles que les manga ou anime.

Autrement plus répandu que l'« hyogenryoku », il est aussi fait mention de « cuteness » (kawaisa) pour rendre compte de l'effectivité du boom culturel des années 90. À la base des choix créatifs, qui ont depuis pris l'ampleur d'un phénomène culturel, « l'approche kawaiisa » consiste, grossièrement, à doter un personnage d'éléments visuels ou à lui trouver des traits de caractère qui vont créer une image harmonieuse prompte à encourager un rapport d'affection et de tendresse à l'égard de la chose, créature ou personne qui en hérite. La franchise Sanrio avec Hello Kitty en est devenue le premier ambassadeur mais l'on peut également citer la compagnie San-X qui s'est, elle, lancée dans les années 90 en tant que compagnie spécialisée dans le design de personnages, pénétrant le marché avec « Tarepanda », un panda aplati et fatigué qui détient, en roulant sur lui-même, un record de vitesse de 2,5 mètres à l'heure, exemple des plus parlants du style susmentionné. C'est ce style de création qui marquera dans les années 90 le pic de popularité de ce que l'on qualifiera aussi de « characters craze », une tendance encore observable aujourd'hui au Japon qui se traduit par l'inclusion de personnages au cœur de campagnes marketing, d'œuvres qui diffèrent de leur média d'origine voire même du cadre de vie journalier des Japonais (Allison 2006, 16-90).

L'on met ici le doigt sur le phénomène transmédia dont les œuvres sorties dans les années 90 profiteront encore davantage que leurs aînées du fait de méthodes de production qui tendent à se standardiser propulsant leur popularité à des sommets encore rarement observés au Japon comme à l'étranger. Le concept de « closeness » décrit en 1999 par l'entreprise de communication Dentsu explique l'intérêt d'une telle stratégie marketing qui fonctionne en étroite collaboration avec le milieu de la création et repose sur le sentiment de familiarité, d'intimité existant entre un personnage et le consommateur apte à le reconnaître (Dentsu 1999).

Enfin, le terme « yasashisa » sera employé pour décrire la prise en compte d'une certaine sensibilité et proximité japonaises à un imaginaire d'esprits et de monstres fantastiques

qui selon le journaliste et sociologue Nagao Takeshi se trouve être une caractéristique propre à la culture spirituelle nipponne (Takeshi 1998, 132-134-142).

Plus signifiant encore, cette sensibilité sera très consciencieusement prise en compte dans la création d'œuvres qui ont marqué la décennie comme c'est le cas avec Pokémon, Satoshi Tajiri, son créateur, ayant avoué avoir cherché à ré-enchanter la vie difficile des enfants de son temps en évoquant à travers son œuvre un imaginaire enchanteur, proche de la nature qu'il dit avoir connue dans son enfance (Yoda 2006, 334-335). Des intentions bien reçues et un sentiment qui sera corroboré par plusieurs parents japonais qui, à la différence des parents américains pour qui Pokémon se présente comme un univers qui a tout de l'« alien », reconnaissent dans ce même univers quelque chose de leur enfance qui fait écho à un imaginaire familial (Allison 2006, 222). Il sera alors dit par des chercheurs japonais que Pokémon offre à une certaine jeunesse japonaise « a space of their own », voire même l'« amour inconditionnel » que leurs parents, amis ou professeurs échoueraient à leur apporter (Nakazawa 1997) (Watanabe 1999).

Allant de pair avec le phénomène d'isolement mentionné plus haut, que l'on constate chez les jeunes au cours des années 90, il est aujourd'hui avancé que nombre d'œuvres créées à cette époque connaîtront aussi leur succès de par les possibilités qu'elles offrent à une jeunesse post-industrielle désabusée de vivre des aventures fantastiques au-delà de leur réalité immédiate.

Au milieu de ce paysage culturel en pleine ébullition, Yu-Gi-Oh est une œuvre comme vous vous en doutez à présent et comme l'introduction à cette partie ne le laissait pas deviner, qui est tout à fait à l'image de son époque.

Les personnages principaux, dont on suit les péripéties dans les premiers arcs du manga forment un groupe d'adolescents qui évolue dans un Tokyo contemporain. Ils sont au nombre de quatre : Yugi Muto passionné de jeux et hôte de l'esprit du pharaon, Anzu une jeune fille bienveillante camarade de classe de Yugi, Jono-Uchi bagarreur au sang chaud mais au grand cœur et Honda un « fonceur » grand ami de ce dernier.

Leur vie quotidienne autant que certains des événements qui la ponctuent n'auront alors sans doute pas manqué de résonner auprès d'un certain public japonais.

Yugi choisit un certain Bruce Ryu comme personnage dans une salle d'arcade pour jouer à un jeu de combat qui se confond avec le célèbre Street fighter de Capcom (figure 1).

FIGURE 1 : BRUCE RYU



Jono-Uchi et Honda se battent avec des représentants d'une certaine délinquance au style vestimentaire typique de l'époque rappelant les furyo⁵. D'autres crapules utilisant aussi à l'occasion des Yo-Yo en guise d'arme, clin d'œil plus que probable à l'« hyper Yo-Yo » commercialisé en 1997 par la compagnie Bandai (figure 2).

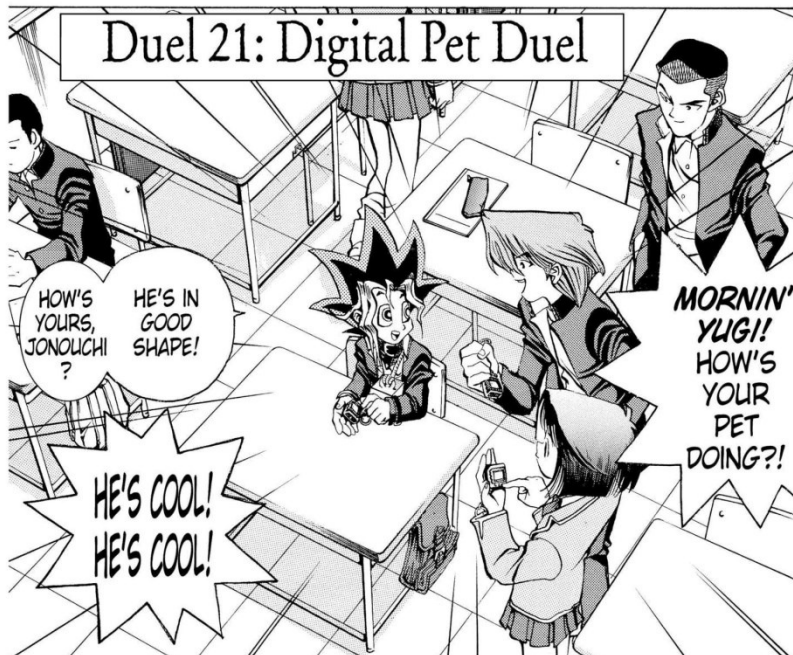
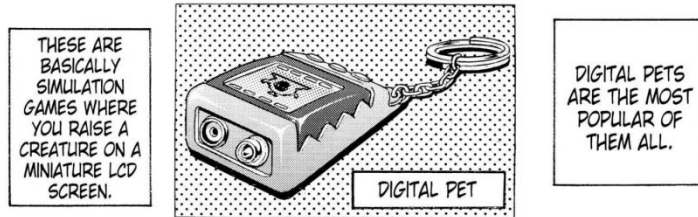
FIGURE 2 : HYPER YO-YO



⁵ Ce terme désigne les jeunes voyous au Japon, la petite délinquance. Une certaine esthétique furyo sera développée à travers les manga qui mettent en avant ce type de personnage.

Et Anzu offre à Yugi un gadget appelé « lovely type 2 » dont l'apparence et l'usage rappellent nombre de gadgets qui ont vu le jour dans le sillage du tamagotchi qui est lui-même référencé dans le chapitre 21 du manga (figure 3).

FIGURE 3 : TAMAGOTCHI



Mais ce qui surprend le plus et accessoirement nous renseigne sur une réalité du Japon de cette époque finalement assez peu documentée, c'est bien les multiples références à la culture étrangère et surtout américaine qui peuplent les pages du manga de Takahashi.

Les comics américains sont très explicitement présents dans le chapitre 22 « American Hero » avec l'un de ces héros « Zombire », inventé par le mangaka, se trouvant au cœur de l'intrigue, la jeune Anzu travaille à « Burger World » une parodie de fast-food américain dans le but de gagner de l'argent pour voyager aux USA et un célèbre antagoniste du manga raffole des séries mettant en scène des « toons » personnages, de dessin animé américain par excellence (figure 4-5-6).

FIGURE 4 : BURGER WORLD

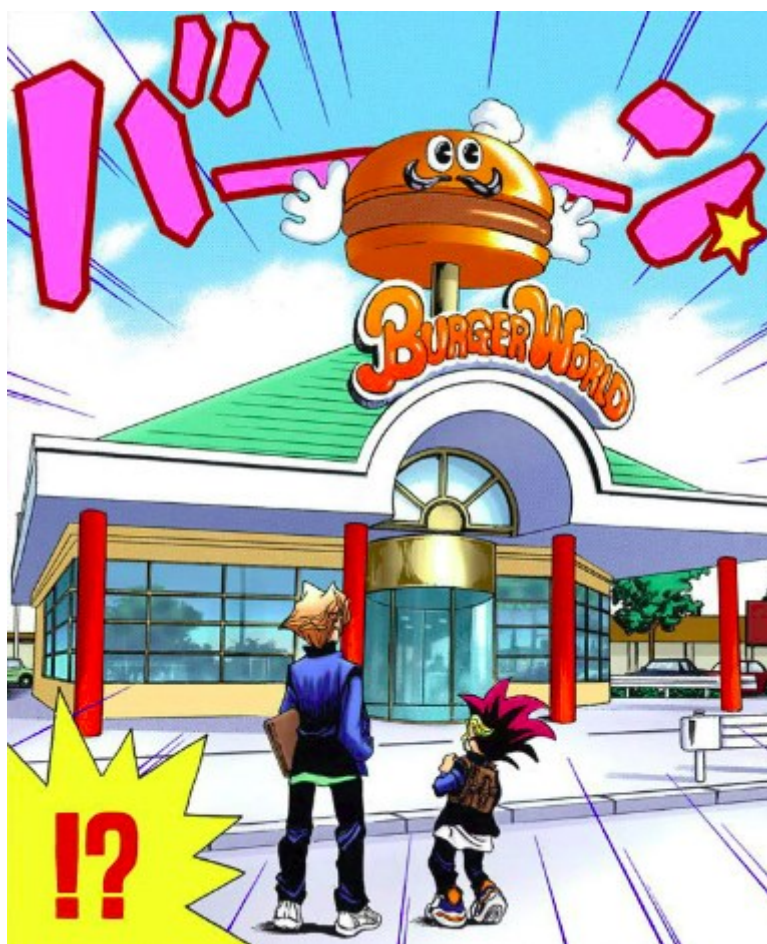
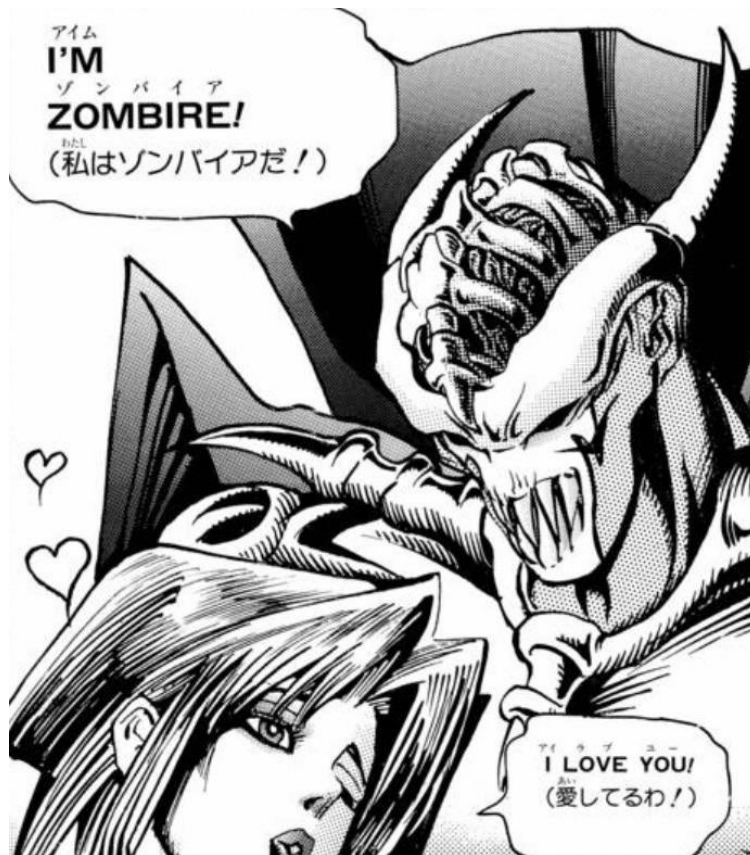


FIGURE 5 : COMICS



FIGURE 6 : ZOMBIRE



Mais surtout il y a les jeux. Si ceux-ci, dans les premiers chapitres, ne se réclament pas de styles précis et sont généralement ingénieusement improvisés pour ajouter une dimension ludique à une situation qui ne l'est pas, bien vite le manga va choisir de donner davantage de place à certains jeux qui feront des apparitions récurrentes et gagneront en complexité, en en faisant à terme des jeux en bonne et due forme. Parmi ces derniers Capsule Monster Chess, Dragon Dés et Donjons (DDD) et Monster World sont autant de jeux qui auront une place significative dans l'intrigue de Yu-Gi-Oh et dont les inspirations sont à chercher du côté du célèbre jeu de rôle américain Donjon et Dragon (D&D).

Mais le jeu qui va véritablement faire atteindre des sommets de popularité à Yu-Gi-Oh et lui offrir le monde du divertissement sur un plateau d'argent, c'est « Magic and Wizards » un jeu de carte dont l'influence est évidente pour tout fan de ce type de pratique, car Takahashi s'est cette fois inspiré pour créer son jeu du père des jeux de cartes modernes « Magic The Gathering »⁶.

Le pourquoi de toute ces références est à chercher on ne peut plus logiquement dans les centres d'intérêt de Takahashi qui est un grand fan des produits culturels américains qu'il choisit d'inclure dans son histoire. Il se plaint d'ailleurs, à l'occasion, de ne plus trouver suffisamment de temps pour jouer à ces jeux de plateau favoris avec ses amis depuis que la publication de Yu-Gi-Oh a débuté.

Jeune adulte dans les années 80 et trentenaire dans les années 90, Takahashi est dans la bonne tranche d'âge pour s'intéresser à des jeux de rôle sur table, des « Tabletop role playing game » (TTRPG) comme on les nomme aux Etats-Unis. Relativement exigeant, ce type de jeu demande de mobiliser plusieurs personnes, écrire un scénario, rédiger des fiches de personnages pour chaque joueur, voire encore entrer informatiquement certaines variables pour rendre compte adéquatement des résultats d'un affrontement (chaque personnage et ennemis possédant un nombre de statistiques déterminé). Il s'agit d'un type de jeu qui l'on pourrait s'en douter demande pour prospérer soit une communauté

⁶ MAGIC THE GATHERING est un jeu de cartes à jouer et à collectionner américain créé en 1993. Développé au sein d'un univers *medieval fantasy*, précurseur du genre, il gagnera au fil des années une reconnaissance internationale. Du fait des nombreux jeux qui se sont par la suite inspirés de ses mécaniques et de son univers, beaucoup considèrent aujourd'hui MAGIC comme le père des jeux de cartes modernes.

importante de joueurs soit un nombre restreint de joueurs mais animés d'une passion ardente pour leur médium de choix.

Tout laisse à penser que c'est plutôt cette seconde réalité à laquelle va être confronté Takahashi. En effet, lors de sa jeunesse, la popularité des TTRPG explose en occident mais ceux-ci restent encore relativement confidentiels au pays du soleil levant. Les passionnés du genre importent alors par eux-mêmes des jeux et livrets directement des Etats-Unis et s'essayent tant bien que mal dans un monde pré-internet à la traduction de règles de l'anglais au japonais en attendant chez eux la publication officielle du père du TTRPG « Dungeon and Dragon » qui arrivera finalement en 1985 (Packwood 2015).

La naissance de la compagnie japonaise Group SNE est un exemple qui permet d'imaginer plus aisément le milieu vibrant du jeu qui caractérise les années 80-90 au Japon. De fait ses fondateurs se trouvent être des adopteurs précoces de D&D qui n'attendent pas que le TTRPG américain soit licencié chez eux pour inventer sur ces bases leur propre TTRPG Record of Lodoss War, un univers de *medieval fantasy* comme il en existe alors peu au Japon, qui après être devenu en 1989 l'un des premiers jeux de rôle sur table publié par Group SNE, deviendra un anime iconique de la production des années 90. Cette compagnie de passionnés continuera de nourrir l'imaginaire d'autres passionnés tout au long des années qui suivent avec la publication de jeux tels que Sword World qui deviendra à son tour le premier représentant du TTRPG japonais et qui jouit encore aujourd'hui d'une grande popularité au sein de l'archipel.

Il est ici intéressant de noter que le genre de la *medieval fantasy* occidentale fait l'objet de nombreux emprunts de la part de son homologue nippon qui se trouve depuis plusieurs années maintenant un des univers de fiction qui illustre le mieux la théorie du « cultural transfer ». Il s'agit d'une théorie qui présente les produits culturels comme de potentiels « ferrymen », des passeurs de culture qui comptent sur leur appropriation active par des sphères culturelles qui diffèrent de celle dont ils sont originaires pour être sans cesse réinventés, réinterprétés et se voir ainsi assigner un sens nouveau. En suivant ces œuvres dignes du statut de ferrymen l'on peut alors espérer retracer l'évolution au fil de ces échanges de figures emblématiques de certains imaginaires populaires. Exemple par excellence du ferrymen, « Le Livre des êtres imaginaires » de Jorge Luis Borges qu'on

présente souvent comme l'une des plus vieilles sources d'inspiration du bestiaire *medieval fantasy* sera publié au Japon en 1974. Ainsi en plus de D&D qui s'est également inspiré de Borges, « Le livre des êtres imaginaires » apparaît comme l'une des œuvres les plus importantes qui ont aidé à définir le style *medieval fantasy* que l'on voit émerger au Japon dans les années 80-90 (Escande 2023). Parmi ses héritiers plus ou moins directs, l'on peut noter les manga Berserk, Final Fantasy, Dragon Quest, ou le susmentionné Sword World. Le jeu de cartes Yu-Gi-Oh qui s'inspire de Magic The Gathering qui lui-même doit beaucoup de son esthétique à D&D baigne alors dans un confluent d'influences qui a façonné au cours de la décennie de sa sortie un certain univers de fantaisie médiévale empreint d'éléments horrifiques. Pour s'en convaincre il suffit de poser les yeux sur certaines des premières cartes apparues dans le manga de Takahashi telles que « Le magicien des ténèbres » (Burakku Majishan), « Gardien Celte » (Erufu no Kenshi), « Kojikocy » (Mamono no Kariudo), « Ghoul d'ombre » (Shadou Gūru) ou encore « Dragon Ailé, Gardien de la Forteresse N°1 » (Toride wo Mamoru Yokuryū) qui portent tous fièrement un héritage culturel et esthétique qui tend vers ce que l'on appellera plus tard la dark fantasy (figure 7-8-9-10-11).

FIGURE 7 : GOULE D'OMBRE



FIGURE 8 : MAGICIEN SOMBRE



FIGURE 9 : DRAGON AILE



FIGURE 10 : KOJIKOCY



Figure 11: Gardien



Autre fait digne d'intérêt, le jeu de cartes Yu-Gi-Oh est créé dans le manga de Takahashi par un riche investisseur américain dénommé Pegasus Crawford qui se sera lui-même inspiré de figures emblématiques d'un antique jeu égyptien pour donner vie au design de ses monstres. Ce qui fait du manga Yu-Gi-Oh une œuvre qui dans sa diégèse même fait de l'origine de son jeu de carte un exemple de transfert culturel qui reflète l'histoire bien réelle de la création du jeu de cartes Yu-Gi-Oh joué aujourd'hui à travers le monde.

Pour en revenir au TTRPG, c'est dans l'arc « Monster World » du manga que s'exprime de la façon la plus évidente l'influence de ce type de jeu. Il voit les protagonistes affronter Bakura, un antagoniste récurrent de l'œuvre de Takahashi qui emprisonne à l'aide de pouvoirs maléfiques l'âme de Yugi et ses amis dans des figurines à leur effigie censées représenter leur avatar sur le plateau de jeu (figure 12). Si par malheur les points de vie d'un des avatars viennent à tomber à zéro cela entraînerait la mort immédiate du joueur à qui il appartient.

FIGURE 12 : MONSTER WORLD ARC



L'on observe ici un élément crucial de la philosophie du jeu que présente Yu-Gi-Oh qui se fera sentir tout au long de son histoire et sur lequel j'aurai l'occasion de revenir dans ma deuxième partie. Le jeu tel que présenté dans le manga est un acte auquel l'on attribue la plus haute valeur, il se voit donc presque toujours lié à des enjeux considérables, le jeu se voulant vecteur des thématiques, symboliques et messages que cherche à aborder le manga. Ainsi Takahashi ne raconte pas une histoire qui tourne autour des jeux mais bien qui se raconte à travers eux. Et le duel, nom que l'on donnera désormais aux parties de cartes du jeu « Magic and Wizard », sera le premier véhicule de cette narration axée sur une pratique ludique hautement signifiante.

C'est le 8 Mai 1997 dans le chapitre 9 de son manga que Takahashi introduit « Magic&Wizard », un jeu en provenance des Etats-Unis inspiré du jeu de cartes américain bien réel « Magic The Gathering » sorti à peine deux ans plus tôt au Japon.

Bien réel, Magic&Wizard ne va pas tarder à le devenir lui aussi lorsqu'après la publication du chapitre en question, le Shonen Jump dans lequel est publié Yu-Gi-Oh reçoit moult lettres de fans demandant où il est possible de se procurer ledit jeu. Enthousiasmé par cet engouement, Takahashi va faire apparaître à plusieurs reprises le jeu de cartes dans son manga profitant de ces occasions pour en étoffer le contenu et les règles. En novembre 1997, Magic and Wizard fait une deuxième apparition remarquée dans les pages du manga au cours de l'arc du « Death-T » mais il faudra attendre un an plus tard, en mai 1998, pour qu'un arc narratif qui s'exprime pleinement à travers le fameux jeu de cartes ne soit lancé avec l'arc du « Duellist Kingdom ». Un arc qui sera suivi presque immédiatement de l'arc du « Battle City », paroxysme de ce que le manga saura offrir à son lectorat en termes de duel qui reste à ce jour l'arc le plus long de Yu-Gi-Oh et le plus apprécié des fans de la première heure.

Le « Battle City » débute en Avril 2000 mais ceux qui réclamaient à cor et à cris une version matérielle de Magic and Wizard n'auront pas à attendre jusque-là. En 1998 la Shueisha est approchée par la société Bandai créatrice de jouets et de software qui souhaite obtenir les droits pour la création d'un jeu de cartes Yu-Gi-Oh. La compagnie à l'origine du Tamagotchi a le vent en poupe depuis la création du fameux compagnon virtuel en 1996 et sa filiale « Carddass » née en 1988 est d'ores et déjà spécialisée dans

la distribution de jeux de cartes à collectionner inspirés de franchises connues comme Dragon Ball.

De par ces spécificités mentionnées plus haut, les années 90 offrent un terreau particulièrement fertile aux jeux de cartes en tous genre. Preuve de cela, c'est au cours de cette décennie que vont apparaître nombre de ses représentants les plus plébiscités en terre nipponne. Monster collection, Digimon et bien sûr Pokémon pour n'en citer que quelques-uns sont autant de franchises qui s'offriront des jeux de cartes qui feront sensation. L'adaptation des monstres de poches sous ce format devient alors le plus grand rival du jeu de cartes Yu-Gi-Oh pour les décennies à venir.

Ainsi, fort de la popularité grandissante du manga de Takahashi et bien conscient de la place qu'il pourrait occuper au sein de ce marché, la Shueisha accepte de céder les droits du jeu de cartes Yu-Gi-Oh à Bandai.

Aussitôt les droits obtenus, la compagnie va s'empresser de publier en avril 1998 un set de 42 cartes sous le nom de « Yu-Gi-Oh! Bandai's Official Card Game » (figure 13-14). Pour sa méthode de distribution plutôt que les habituelles « booster » petits paquets vendus en magasin contenant un peu moins d'une dizaine de cartes, Bandai va choisir de profiter de son parc installé de *gashapon*⁷ employé pour la distribution de ses précédents jeux de cartes à collectionner. Dans le but de rentrer adéquatement dans ces machines à pièces, la composition des cartes sera d'ailleurs repensée accordant une plus petite place au « artwork » sur les cartes japonaises, changement que n'auront pas à opérer leurs futurs homologues occidentaux et qui se trouve être à l'origine de ce qu'on appelle encore aujourd'hui le format de carte « japanese size » de Yu-Gi-Oh. Le jeu en lui-même connaît un accueil mitigé chez les fans. Et s'il vient certes combler le désir premier de tenir dans ses mains les cartes qui apparaissent dans leur œuvre fétiche, le jeu de Bandai sera aussi fortement critiqué pour son absence criante de profondeur. Alors que le manga propose des affrontements qui exemplifient une certaine stratégie avec des retournements de situation spectaculaires, le jeu de Bandai se résume généralement à l'utilisation de cartes

⁷ Le gashapon est un distributeur de jouets ou de toutes sortes d'autres produits que l'on trouve un peu partout au Japon. L'on insère une pièce dans le distributeur, tourne une manivelle et récupère le jouet que la machine a bien voulu « recracher ».

monstres avec la plus puissante statistique d'attaques afin d'assurer au joueur une rapide victoire dont le pattern tend à se répéter.

FIGURE 13: EXEMPLE CARTE YU-GI-OH BANDAI

FIGURE 14: EXEMPLE CARTE YU-GI-OH 2



Bandai aura fait l'erreur de traiter son jeu de cartes Yu-Gi-Oh comme un simple produit dérivé du manga dont il est tiré sans lui ajouter la plus-value d'un véritable jeu qui se trouvait manifestement être pour les fans un composant essentiel à la re-création d'une expérience de jeu au plus près de leur œuvre favorite.

Malheureusement pour Bandai mais heureusement pour cette cohorte de joueurs frustrés, Konami, une autre entreprise japonaise spécialisée dans le développement de jeu vidéo, va proposer sa propre version du jeu autrement plus complexe.

En effet, la même année que Bandai, Konami avait également approché la Shueisha afin d'obtenir les droits de Yu-Gi-Oh pour la création de jeux vidéo inspirés du manga de Takahashi.

Avec l'approbation de la Shuiesha, le jeu « Yu-Gi-Oh! Monster Capsule: Breed and Battle » sort sur playstation en Juillet 1998. Le jeu qui s'inspire du jeu Capsule monster chess imaginé par Takahashi dans les pages de son manga reçoit un accueil critique et commercial des plus satisfaisants vendant un total de 255 000 copies au cours de l'année de sa sortie et devenant le 44ème jeu vidéo le mieux vendu de l'année 1998. Mais c'est avec leur second jeu estampillé Yu-Gi-Oh « Yu-Gi-Oh! Duel Monsters » inspiré cette fois de Magic And Wizard et sorti le 17 décembre de la même année sur la game boy que Konami va véritablement changer la donne et s'offrir un important capital sympathie de la part des aficionados de Magic and Wizard. Ce jeu sera après sa percée phénoménale au sein du marché du divertissement renommé « Duel monsters » d'après le jeu qui lui a donné le plus de visibilité jusqu'alors. 638 948, c'est le nombre de copies que vendra « Yu-Gi-Oh! Duel Monsters » quelques jours après son lancement loin devant les 164 329 copies de l'adaptation en jeu vidéo du jeu de cartes de son rival Pokémon sorti un jour plus tard (Famitsu 1998). Dans les magasins, près de deux semaines avant les fêtes de fin d'année, le jeu de Konami totalisera malgré tout 973 800 copies vendues à la fin du mois de décembre devenant en moins de 15 jours le 7^{ème} jeu le plus vendu de l'année 1998. Un chiffre de vente qui continuera de gonfler l'année suivante pour atteindre 1, 6 millions à la fin de l'année 1999 faisant encore aujourd'hui de « Yu-Gi-Oh! Duel Monsters » l'un des 40 jeux les plus vendus sur Game Boy.

En à peine quelques semaines Konami avait fait plus pour la visibilité et les mécaniques de jeu du jeu de cartes Yu-Gi-Oh que Bandai au cours de ses six mois d'exploitation de la licence.

Imparfait, le jeu élaboré par Konami aura néanmoins su, de par les modifications que les développeurs lui ont apportées, proposer une base plus stratégique pour le jeu de cartes Yu-Gi-Oh qui permit à la compagnie de considérer sérieusement le développement d'une scène compétitive officielle.

Ce succès tonitruant n'aura pas échappé à la Shueisha qui décide de renégocier les termes du contrat passé avec Bandai pour offrir en 1999 à Konami l'exclusivité des droits d'adaptation du jeu de cartes Yu-Gi-Oh qu'il possède encore à ce jour. Pour lutter contre les contrefaçons du jeu de cartes qui pullulent à cette époque, Konami renomme sa nouvelle acquisition en « Yu-Gi-Oh official card game » : l'OCG était né. La plus célèbre adaptation en anime de Yu-Gi-Oh qui porte une fois de plus le même nom que le jeu de Konami « Yu-Gi-Oh! Duel Monsters » va commencer sa diffusion au début des années 2000 et va achever de propulser la licence à des sommets de popularité dont elle n'est pas redescendue depuis.

En 2000 une enquête menée au sein d'une école primaire de Kyoto avec un échantillon de 300 élèves indique que tous les élèves ayant atteint leur troisième année (8 à 9 ans) possèdent des cartes Yu-Gi-Oh (Asahi Shinbun 2001).

En 2001 le premier tournoi national de l'OCG de Konami est organisé au Tokyo Dôme mais prendra une tournure des plus inusitées lorsque près de 55 000 personnes intéressées par l'événement se présenteront aux portes du stade dépassant largement les prévisions de la firme qui n'envisageait pas plus de 44 000 participants pour ce premier championnat. La situation empirera encore davantage lorsqu'après mure réflexion la vente de cartes exclusives proposée pour l'événement sera annulée provoquant une émeute d'une telle ampleur que son actualité sera couverte par la presse locale comme étrangère (Magnier 1998).

Après la « Poké-mania », la « Yu-Gi-Oh mania » bat son plein au Japon.

Au-delà de la notoriété de Yu-Gi-Oh aujourd'hui acquise, les débuts en demi-teinte du lancement de son jeu de cartes sont révélateurs d'un phénomène socio-culturel des plus fascinants qui au fil du temps se confirmera comme une des spécificités de la licence de Konami.

A la différence de son rival Pokémon qui cherche à simuler à travers son jeu de carte les combats Pokémon de son jeu vidéo, le jeu de cartes de Yu-Gi-Oh poursuit un autre idéal davantage à sa portée mais qui ne laisse pas moins rêveur : celui de la transposition fidèle de l'œuvre de Takahashi à la réalité. En effet si les créatures imaginaires qui peuplent le

monde pensé par Satojishi Tajiri ne sauraient habiter notre plan d'existence, ce n'est pas le cas des cartes qu'utilisent Yugi Muto et sa bande dans leur duels endiablés qui, par l'intermédiaire de Konami, seront recréées quasiment à l'identique et rendues accessibles pour quiconque est prêt à se délester de quelques yens. De plus, comme mentionné plus haut, l'univers de Yu-Gi-Oh est très proche du nôtre, et encourage ce mimétisme imbu d'une passion et d'une curiosité débordantes pour le jeu et les personnages dont l'on observe l'évolution au fil des chapitres ou épisodes. Le marketing de Konami ne s'y sera d'ailleurs pas trompé en faisant des premiers « deck » mis en vente des reproductions fidèles des jeux de cartes du Pharaon et de Seto Kaiba, deux figures emblématiques du manga. Yugi et ses amis vont au magasin acheter leur « booster », spéculent sur les prochaines sorties et participent à des tournois locaux, autant d'évènements qui sont à la portée du premier venu, voire même pourrait-on dire constitue une seconde nature pour certains de ces enfants post-industriels nés à une époque où la pratique ludique est en plein essor. « On le veut parce qu'on le peut », un désir simple, lourd d'implications qui exprime, selon moi et comme le confirmera par la suite mon terrain, la forte attraction qu'exerce le jeu de cartes Yu-Gi-Oh sur ses premiers adhérents en France comme cela semble avoir été le cas au Japon.

Sans chercher à en faire une liste exhaustive, d'autres choix faits par Konami dans la conception du jeu de cartes et de son microcosme explicitent cette volonté d'offrir aux joueurs une expérience au plus près de celle de leur œuvre fétiche.

On peut citer par exemple lors du tristement célèbre tournoi du Tokyo Dôme la mise en place d'un système d'étoiles (star chip) à remporter après chaque victoire afin de grimper dans le classement. Chaque participant commence avec deux étoiles fournies par les organisateurs qu'il se doit de miser en duel jusqu'à atteindre le nombre de cinq étoiles lui permettant de se qualifier pour la phase suivante : une règle qui vise à reproduire au plus près la démarche suivie par les protagonistes du manga pour avoir accès à la finale lors du tournoi de l'arc « Duelist Kingdom » (Lost Worlds 2021).

D'autant plus fascinant, l'on peut aussi noter dans le premier livret officiel du jeu de Konami la présence d'une mécanique de jeu des plus déconcertantes : « l'ANT duel ». Cette-fois-ci basée sur une pratique réglementée de l'arc « Battle city », cette mécanique

demande aux joueurs de mettre en jeu leur carte la plus rare ou la plus puissante au début du duel, le perdant se voyant obligé de remettre la carte qu'il a précédemment mise à son opposant. Le fait qu'une règle qui aurait pu se montrer des plus dommageables pour l'économie du jeu autant que pour son bon fonctionnement ait malgré tout été incluse au livret détaillant les règles officielles de celui-ci par souci de fidélité en dit long sur l'importance qu'accorde alors Konami à son jeu en tant que vecteur de l'imaginaire du manga dont il est tiré. L'ANT duel sera d'ailleurs par la suite progressivement retiré des manuels de jeu officiel, sans doute pour les raisons susmentionnées de risque de déséquilibre du jeu et de son système économique (Yuji 2018).

Les fans de Yu-Gi-Oh eux-mêmes seront bien sûr à l'origine d'initiatives visant à se rapprocher de cet idéal de reconstitution cherchant par exemple à reproduire les fameux duels holographiques de la saga, duels au cours desquels par l'usage de technologies supérieures les images des monstres présentes sur les cartes prennent vie sous la forme d'hologrammes (SuperZouloux 2022).

La franchise Yu-Gi-Oh tire ici pleinement parti d'une tendance caractéristique de la jeunesse post-industrielle que le sociologue japonais Azuma Hiroki qualifie lui de postmoderniste et qui consiste à accorder la même valeur à l'œuvre originale qu'à ses dérivés que Hiroki décrit d'après les mots de Baudrillard comme des simulacres. L'imaginaire de la jeunesse en question a évolué dans un contexte propice à effacer cette dichotomie entre copie et œuvre originale, les deux faisant partie d'un même univers, d'un même « récit », pour reprendre les mots de l'auteur (Letourneux 2010). Cependant là où pour Hiroki cette tendance mène inexorablement à un effacement de l'histoire derrière la panoplie de produits qui en sont dérivés, les signes d'appréciation et le comportement des joueurs de Yu-Gi-Oh tendent précisément à supposer le contraire. En effet, comme nous avons pu le voir et comme nous aurons l'occasion de le constater à nouveau plus loin dans ce travail, l'histoire de l'œuvre originale ou de ses dérivés sous forme d'animation est souvent au cœur de ce qui amène les joueurs à s'essayer au jeu de carte pour la première fois.

L'intérêt porté à la narration et à l'histoire qu'elle nous conte sera d'ailleurs tel qu'il sera à l'origine d'une autre des spécificités de la franchise Yu-Gi-Oh. De fait, alors que les

mécaniques de l'OCG de Konami continuent de se complexifier pour garder l'attention d'une communauté de joueurs qui ne cesse de croître, les différences entre le jeu de cartes présenté dans le manga et l'anime et celui qui entre en vigueur dans la pratique concrète du jeu vont elles aussi évoluer en conséquence et donner lieu à toutes sortes de bizarreries. Des duels présents dans de récentes adaptations anime de Yu-Gi-Oh se trouvent être trop complexes pour être suivis par un jeune public qui en est pourtant la cible prioritaire, ou à l'inverse, des fans de l'ancien anime et du manga sont déçus par la pratique d'un jeu de cartes bien trop alambiqué à leur goût. Le rapport qu'entretient le jeu de cartes développé par Konami au manga Yu-Gi-Oh et à ses adaptations en anime apparaît alors comme bien plus singulier que celui qu'entretient généralement une œuvre populaire à l'un de ses volatiles produits dérivés.

En 2000 alors que la frénésie Yu-Gi-Oh est à son paroxysme en terre nippone, Yuji, un joueur japonais de l'OCG de Yu-Gi-Oh qui a mis un point d'honneur à documenter les évolutions de son microcosme ludique, écrit ceci :

Pour le dire crûment les règles de l'OCG de Yu-Gi-Oh sont compliquées. (...) En général c'est un monde difficile à pénétrer pour les débutants et quelques parties (éléments du jeu) s'avèrent difficiles (à comprendre) même pour des joueurs expérimentés. (...) les règles d'origine et les règles de l'OCG sont fondamentalement différentes. A l'origine l'OCG Yu-Gi-Oh est le résultat d'un projet visant à « reproduire dans la réalité le jeu de cartes qui apparaît à l'intérieur de l'histoire », mais au fil de ce processus divers changements ont été apportés. Autrement dit, des façons de jouer au jeu dans l'œuvre originale pouvaient ne pas être reproductibles dans la réalité. Au contraire, si on le prend dans son ensemble (le jeu de Konami), on compte plus de cas où il n'est pas possible de faire la même chose. Après avoir lu ceci un mauvais pressentiment se fait-il jour en vous ? Si c'est le cas alors ce pressentiment est avéré. C'est une guerre entre l'anime et la réalité. » (Yuji 2017, traduction personnelle).

La confusion et l'opposition entre média que décrit Yuji dans ces lignes trouvent racine dans ce que j'ai mentionné plus haut en parlant de l'usage que fait du jeu Takahashi dans son manga. Tout au long de son œuvre le mangaka n'a pas pensé le jeu « Magic and Wizard » comme un produit dérivé de son histoire mais bien comme un véhicule à part entière de sa narration et de ses thèmes principaux. Ce faisant Takahashi va faire des duels illustrés dans son manga des affrontements théâtraux et intellectuels qui vont dans un

premier temps donner à juste titre l'impression que le jeu de cartes de Bandai manque de profondeur mais, dans un second temps ce dernier va apparaître comme trop symbolique et souple dans sa réglementation en comparaison de l'OCG de Konami qui se complexifie d'année en année. Ainsi à sa suite toutes les œuvres qui, pétries de bonne volonté, auront eu la prétention de s'inspirer de la démarche créative de Takahashi se verront confrontées à des difficultés inhérentes à la nature singulière de la narration transmédia développée par la franchise Yu-Gi-Oh au fil des années. Je pense notamment ici aux anime estampillés Yu-Gi-Oh qui feront suite à « Yu-Gi-Oh Duel monsters », à savoir « Yu-Gi-Oh GX » « 5D », « Arc-V » ou encore « Vrain » qui se verront obligés de gérer à leur façon cet équilibre capricieux et subtil entre narration et reproduction pour offrir aux fans comme aux investisseurs ce qu'ils attendent de ces produits culturels. Le phénomène socio-culturel décrit dans ces derniers paragraphes est symptomatique du futur de la franchise Yu-Gi-Oh observable jusque dans nos vertes contrées et préfigure selon moi le développement de deux approches différenciées du jeu qui occuperont une place significative dans notre seconde partie.

Je supputais à l'instant que Yu-Gi-Oh désirerait s'implanter à l'étranger et il va sans dire que les responsables de la compagnie Konami n'ont pas attendu que je leur murmure cette idée à l'oreille pour s'intéresser au marché international. C'est un fait, passé le cap des années 2000, le futur de l'histoire de Yu-Gi-Oh s'écrit tout autant par-delà la mer qu'au sein de l'archipel nippon. Mais pour tout dire c'est le gouvernement japonais lui-même qui va se faire le premier acteur d'une exportation culturelle sans précédent dans l'histoire du Japon moderne dont Yu-Gi-Oh ne sera qu'une parmi de nombreuses œuvres à profiter.

C'est le début d'une politique internationale d'un nouveau genre pour le Japon qui va décider de faire de ses produits culturels le fer de lance d'une stratégie qui reposera largement sur son soft power.

C'est en 2002 sous la plume d'un reporter américain que sera articulée pour la première fois en des termes populaires une tendance croissante au pays du soleil levant, celle de la production et de l'exportation d'un capital culturel propre à l'archipel. Japan GNC pour « gross national cool » et « J cool » deviendront alors autant de façons d'exprimer l'impressionnant succès que connaît la vente de produits culturels japonais en dehors du

Japon (McGray 2002). Ceux-ci renvoient une image jeune, excentrique mais surtout inédite à un public étranger qui découvre à travers elle des univers dont il ne soupçonnait pas l'existence (Allison 2008). Que cela soit par le biais de ses manga, anime, drama, sa J-pop, ou encore sa culture urbaine, le Japon se pare d'un magnétisme qui va gagner l'occident comme ses voisins asiatiques, d'abord par des canaux de diffusion grand public tels que la télévision et les journaux pour ensuite infiltrer jusqu'aux grandes surfaces et cours de récréation (Iwabuchi 1998, 176-177).

Du fameux « sailor uniform » des écolières en passant par les mascottes de jeux vidéo jusqu'aux celluloïds originaux de quelques obscures animes en « direct to dvd », il semble que tout élément qui se caractérise par un trait culturel japonais reconnaissable comme tel soit matière à être fétichisé et érigé en ambassadeur d'une classe, d'une façon de faire à la japonaise (Ashcraft et Ueda 2014, 20-21-22).

Un seul des nombreux exemples de cette exportation réussie donné par l'AJA suffit à nous renseigner sur la valeur du marché international de la « Japanimation » englobant les animes aussi bien que ses produits dérivés qui a connu une croissance ininterrompue depuis le début des années 2000 avec des bénéfices qui se comptent en centaines de millions de dollars mais se heurtent néanmoins à quelques difficultés à partir de 2008 du fait de la crise économique mondiale qui a pris effet la même année. Ce ralentissement ne sera que de courte durée car en 2020 le marché international affiche un record dépassant pour la première fois la valeur du marché national de l'animation japonaise avec un chiffre de 10,89 milliards de dollars (AJA rapport 2022).

A peine sorti des années 90, ce type d'exportation culturelle a dépassé en revenu et en visibilité ce qui a été le secteur industriel principal du Japon tout au long des 30 années précédentes à savoir celui de l'automobile et du métal (Allison 2006, 13).

En une décennie le Japon passe d'un producteur de hardware à un producteur de software mais surtout ajoute une nouvelle facette à ce visage qu'il dévoile nouvellement au monde à savoir celle d'un laboratoire de l'imaginaire à ciel ouvert, « cool » et baroque, initiateur des tendances culturelles de demain comme d'aujourd'hui (Allison 2006, 7).

Comme le note en 1999 un économiste japonais au sein du « Nihon Keizai shinbun », le Japon possède en lieu et place d'une « silicon valley » une puissante « anime komikku game industry » avec toute la portée novatrice qu'on lui connaît (Nihon Keizai shinbun 1999).

Parmi les éléments qui expliquent l'engouement que connaissent les produits japonais à l'étranger, l'on retrouve certaines des raisons qui avaient déjà fait leur succès sur leur terre natale. Le facteur « mignon », la « cuteness » décrite plus haut, recèle pour le game designer et auteur Okada Toshio un potentiel d'appréciation universel et se trouve être un élément crucial de l'adhésion étrangère aux produits culturels japonais pour cette fin de siècle comme pour le siècle à venir (Michikazu 1998, 49-242). Et il ne fait aucun doute que l'avènement de l'ère du « Moe »⁸ au beau milieu des années 90 ne fera qu'entériner ces choix de design que l'on retrouvera dans nombre des œuvres qui dans les années qui suivent trouveront en effet leur chemin jusqu'en occident.

Un désir de ré-enchanter un monde vidé de son essence par un capitalisme triomphant en prenant part à l'expérience d'univers marqués d'une sensibilité accrue à la fantaisie et à la spiritualité apparaît aussi dans certains écrits à visée anthropologique pour expliquer chez nous l'attraction des univers façonnés par le pays du soleil levant (Bouissou 2008, 54-55).

Mais peut-être plus important encore, avec ces productions, le Japon s'offre une présence sur la scène internationale qui va de pair avec une certaine unicité, une « Japan-ness » qui séduit par sa différence sans pour autant que sa provenance étrangère ne paraisse trop intimidante pour les consommateurs américains ou européens qui au contraire en redemandent (Allison 2006, 16) (Allison 2006, 19-20) (Iwabuchi 2002, 454).

Paradoxalement certains sociologues voient les raisons de cette bonne réception dans le caractère sans attache (*mukokuseki*, littéralement sans nation) des personnages de manga et d'anime ainsi que dans leur univers qui n'exemplifie pas de façon agressive, à la différence de certains divertissements américains, un attachement particulier à une ethnie

⁸ Le terme Moe fait référence dans la culture « Otaku », à une attirance significative pour un ou plusieurs personnages de fiction. Le terme est aussi devenu par la suite une façon de désigner les éléments de design qui encouragent ce type d'affection (oreille de chat, costume de soubrette etc...). Le facteur « cute » ou « kawaii » est le plus souvent très consciencieusement inclus à ce type de design.

ou à un mode de vie. Une approche de la création qui n'est certes pas systématique voire même consciente selon certains créateurs japonais mais qui lorsqu'elle s'applique tend à faciliter l'identification et l'immersion auprès des spectateurs (Iwabuchi 1998, 167).

Cet apparent paradoxe s'expliquerait par le fait que les œuvres japonaises sont moins reconnues comme japonaises pour les représentations qu'on y trouve que pour l'esthétique, la sensibilité et la créativité qu'on leur reconnaît. Le discours japonais comme occidental qui présente les œuvres nippones comme nées d'un imaginaire autre ayant accompagné les productions japonaises dès leur première rencontre avec le public étranger en faisait une particularité indissociable du médium « Japanime ». Il ne fait par exemple aucun doute pour personne que la franchise Pokémon ainsi que son univers apparaît comme profondément japonais sans pour autant que celui-ci ne souligne des traits culturels typiquement nippons (Allison 2006, 20).

Que l'on souscrive à ces explications ou non, toujours est-il que la réussite du Japon en tant qu'exportateur de produits culturels apparaît aujourd'hui comme un truisme. Ainsi au début des années 2000 l'on ne compte plus le nombre d'enquêtes et d'articles qui mettent en évidence l'éveil d'une certaine jeunesse occidentale au « cool » à la japonaise (Toshio 1995) (Iwabuchi 2002, 453) (Allison 2006, 15).

Loin semble alors l'époque où le Japon n'attirait que de futurs cadres d'entreprise avides de se trouver des partenaires commerciaux. A l'aube du nouveau millénaire, l'image du pays auprès des jeunes n'est plus celle de la cérémonie du thé, des pilotes kamikaze ou encore de Mitsubishi et Toyota mais bien du Walkman de Sony, des « trading cards », de Pokémon et des manga et anime (Allison 2006, 6).

Comme le dit alors Susan Napier, autrice de deux ouvrages⁹ reconnus, qui étudie l'accueil de la culture japonaise en occident: « If you think back, the initial vision of Japan in the prewar period was as the imitator that made cheap cameras, » « One of the biggest discoveries in the last decade or so is how imaginative the Japanese are. » (Knowledge at Wharton 2006).

⁹ Je fais ici référence à « Anime: from Akira to Princess Mononoke » et « From Impressionism To Anime: Japan As Fantasy And Fan Cult In The Western Imagination »

On le devine, le Japon est en passe de terminer sa mue d'un empire économique à un empire culturel dont l'expansion se fait sentir sur tout le globe et cela ne se fait pas sans apporter une certaine fierté au pays en question.

Dans plusieurs articles publiés dans le Asahi Shinbun, le plus important journal du Japon, un reporter japonais décrit avec une immense fierté la présence de cartes Pokémon dans les magasins au Etats-Unis ainsi que le record d'entrées du premier film Pokémon sur le sol américain qui excédera lors de sa semaine de sortie les revenus engrangés par le « Roi lion » de Disney. A ce sujet celui-ci écrit en 1999 : « This is amazing. And it's possible that, if we can maintain these spectacular results, we'll outrun Disney in a country where Disney is a pronoun for the United States itself... Why have we been so successful? Well, first, we cultivated the foreign market and then we pushed friendship towards Japanese products. » (Hamano 1999).

Déjà habité d'une certaine fibre nationaliste, quelle aurait alors été la réaction du reporter en question s'il avait appris que quelques années plus tôt une étude menée auprès des enfants américains révélait déjà que « Mario », le héros des jeux vidéo de Nintendo, était plus connu au sein de leur tranche d'âge que ce cher Mickey Mouse (Iwabuchi 1998, 177).

Toutes sortes d'articles de ce genre verront d'ailleurs le jour au cours des années 90 toujours prêts à encenser l'incroyable performance de la culture nippone dans tous types de journaux et de magazines.

En plus du Asahi Shinbun, on peut mentionner le magazine d'analyse et de recherche Aera qui n'hésite pas à publier en 1996 un article intitulé « The world's eyes are glued to Japanese animation » qui passe en revue la réussite critique et commerciale du médium autour du monde et plus notablement aux Etats-Unis en France et en Italie (Iwabuchi 2002, 459).

L'on peut citer également un article paru en 1992 dans le populaire magazine Denim qui s'ouvre sur un texte des plus explicites : « Who said that Japan only imports superior foreign culture and commodities and has nothing originally Japanese which has a universal appeal? Now Japanese customs, products and systems are conquering the world! » (Iwabuchi 2002, 451).

Ou encore en 1995 la publication d'un livre par la branche éditoriale du magazine Akurosu spécialisé dans l'analyse de tendances qui sera intitulé « Sekai shohin no tsukurikata: Nihon media ga sekai o seishita hi » (The Making of Global Commodities: the Day Japanese Media Conquered the World) (Iwabuchi 2002, 452).

Ainsi dans sa réception de cette victoire indéniable, l'intelligentsia japonaise reste finalement assez égale à elle-même. Si sorti de la guerre c'était l'impressionnante croissance économique du pays qui avait servi à redorer le blason de l'identité nippone, en pleine récession et aux prises avec les conséquences de l'explosion de la bulle économique, c'est cette fois son génie culturel qui va servir au Japon à se rebâtir une certaine fierté nationale.

Tsunoyama Sakae, Shirahata Yozaburo ou encore Okada Toshio, autant d'auteurs et penseurs japonais qui comme Murakami Yasusuke, Nakane Chie, ou Itami Hiroyuki quelques années avant eux à propos du miracle économique, vont prendre le parti d'élever au pinacle la réussite nippone de leur temps pour l'expliquer, une fois de plus, à tort ou à raison, par des attributs purement japonais.

Certes, possiblement teinté à l'occasion d'un certain chauvinisme, il est néanmoins difficile de blâmer ces auteurs japonais pour leur enthousiasme à la vue de ce que le pays au cerisier vient d'accomplir. En près d'une décennie et alors frappé d'une violente récession, celui-ci se sera révélé comme pionnier dans la négation de l'hégémonie culturelle américaine et aura ouvert la porte à ce que l'auteur japonais Koichi Iwabuchi appelle la « Décentralisation du pouvoir culturel transnational » qui implique une exportation non unilatérale et plus fluide des produits culturels dans le but d'obtenir à travers eux un capital symbolique qui ne dépend plus autant que par le passé du statut de superpuissance des pays exportateurs (Iwabuchi 2002).

Mais si l'on compare souvent le Japon avec le géant américain pour rendre plus explicites ses exploits, j'aimerais dans ces derniers paragraphes qui nous séparent de ma seconde partie prendre le temps de décrire brièvement l'arrivée de cette exportation en France qui constitue le lieu de ma recherche.

Encore aujourd'hui le deuxième pays consommateur de manga après celui qui les a vus naître et cela depuis plus de 20 ans, la France a, depuis longtemps, effectué un rapprochement avec la culture japonaise qui n'a rien à envier à celui opéré par le pays de l'oncle Sam, bien au contraire¹⁰.

Si les anime font une première apparition remarquable dans l'hexagone dès les années 70 avec des monuments du genre tels que Goldorak ou « Le roi Léo » diffusés sur des chaînes grand public, il faudra attendre les années 90 pour voir la culture japonaise s'ancrer durablement dans le paysage culturel français par le biais de ses jeux, films, anime et manga.

La publication officielle du manga « Akira » du célèbre Katsuhiro Otomo chez l'éditeur Glenat en 1990 est souvent citée comme un point de bascule dans l'acceptation de ses œuvres par le grand public comme un médium de création à part entière et non plus une sous-culture obscure.

Mais c'est avant tout aux médias hertziens que la « Japanimation » et par extension le manga doivent leur plus important soutien au cours des années 90. En effet la chaîne TF1, première chaîne de France et par la suite d'Europe en termes d'audience, a été rachetée en 1987 par la société multimédia « Bouygues » et opère une importante réorganisation de ses programmes. Bien décidée à rentabiliser au plus vite son achat, la société presse TF1 pour remplir les cases horaires de son planning de diffusion. Parmi celles-ci, l'émission dite du « Club Dorothée » occupe une place non négligeable de l'espace jeunesse et c'est à travers celle-ci que beaucoup de petites têtes blondes vont faire connaissance avec le monde palpitant de l'animation japonaise. Cela sera chose faite en 1988 lorsque le club Dorothée achète les droits de diffusion de plusieurs anime à un prix défiant toute concurrence à divers studios japonais et entame la même année la diffusion d'œuvres tels que Dragon Ball, Saint Seiya, Hokuto no Ken ou encore Ranma 1/2. La passion qui va s'emparer de la jeunesse française pour ces créations d'un autre genre va faire exploser

¹⁰ L'union « Culture: un livre sur sept vendus en France est un manga », 30 Janvier, 2023. <https://www.lunion.fr/id451346/article/2023-01-30/culture-un-livre-sur-sept-vendus-en-france-est-un-manga>

les records d'audience de la chaîne TF1 pour de nombreuses années et faire du « Club Dorothée » le rendez-vous incontournable de toute une génération¹¹.

Poussés par ce succès qui démultiplie leur nombre d'adhérents, les fans de culture japonaise se montrent plus proactifs et participent à la création de toutes sortes de « fanzine » tels que « Manga Zone » et « Animeland » dont le dernier connaîtra à partir de 1996 une sortie officielle et est toujours en circulation aujourd'hui.

Un petit « marché gris » de la culture japonaise se développe avec l'importation en langue étrangère de VHS et l'on assiste alors à la genèse du « fansub » qui jusqu'à l'arrivée récente des plateformes de streaming en « simulcast » joua un rôle déterminant dans la découverte d'œuvres japonaises à l'étranger (Suvilay 2019, 79)

Enfin en 1995 les premières conventions voient aussi le jour avec des événements tels que « Planète manga » ou « Cartoonist 95 » qui attirent plusieurs milliers de personnes comme c'est le cas pour la « Japan expo » qui compte aujourd'hui parmi les plus plébiscitées des conventions centrées sur la culture japonaise au monde dont la première édition en 1999 attirera 2400 visiteurs, chiffre qui a grimpé exponentiellement en 20 ans pour atteindre 252 510 en 2019.

En quelques années est apparue au sein de la jeunesse française une fascination pour le lointain nippon. Nombreux sont ceux qui souhaitent y voyager, en apprendre la langue ou simplement partager avec autrui leur passion pour ce singulier pays, des aspirations que l'on doit largement à leur rencontre avec le manga (Bouissou 2006, 83). Ainsi lorsque Yu-Gi-Oh débarque dans l'hexagone à l'aube du nouveau millénaire il se présente à un public d'ores et déjà conquis par son esthétique.

Avec la fin du club Dorothée en 1997 les anime vont devoir se chercher de nouvelles chaînes de diffusion leur permettant de s'installer durablement à la télévision française. Canal + sera l'une de celles qui se décidera à accueillir ces produits culturels frappés par l'exil et c'est aussi chez elle que « Yu-Gi-Oh Duel Monsters » débutera sa diffusion en

¹¹ Club Do Story, « Focus : le super club Dorothée de 95 », 2007, <http://www.clubdostory.net/index.html>.

2002 avant de passer entre les mains de la chaîne M6 puis de la chaîne Manga où elle connaît encore aujourd'hui des rediffusions.

Comme ce fut le cas un an plus tôt aux États-Unis, l'anime « Duel monsters » connaîtra un succès retentissant en France (O'Melia 2019). Malheureusement, de cette diffusion américaine les chaînes françaises n'imiteront pas seulement le succès mais aussi la censure. De fait la version qui sera diffusée chez nous provient du bloc de programmation « 4 Kids » de la chaîne « Fox » qui connaîtra de multiples et drastiques changements pour être jugée propre à la diffusion. L'anime « Duels monsters » ayant été « marqueté » en occident auprès d'un jeune public, il fut convenu que toutes les scènes qui relèveraient d'une imagerie choquante pour un enfant en seraient retirées.

L'on observe ici une divergence flagrante dans les choix de création et de distribution des œuvres populaires qui sont faits au Japon et en Occident. Déjà connue au cours des années 90, cette divergence n'avait alors pas manqué de faire réagir en 1997 Kazuhiko Torishima, éditeur en chef du Shonen jump, qui avait ironisé sur ces censures avec le commentaire suivant : « I feel sorry for US kids who lives in an adult filtered disney world » (Craig 2000, 13).

Un commentaire quelque peu cinglant mais auquel il est difficile de donner tort et qui pourrait tout aussi bien s'appliquer à la France lorsque l'on sait que la motion de censure prononcée à l'encontre de Yu-Gi-Oh fait écho à plusieurs polémiques qui avaient déjà frappé d'autres animes diffusés par le club Dorothée qualifiés de « trop violents ».

Cette censure a d'ailleurs poursuivi Yu-Gi-Oh jusqu'à nos jours puisque c'est aujourd'hui son jeu de cartes qui en fait régulièrement les frais, la version occidentale de certaines cartes se voyant modifiée pour effacer tantôt un décolleté perçu comme trop évocateur, une description trop crue ou encore des références à l'alcool, à la mort ou à la religion ; une censure absurde en plus d'être inconsistante qui fait aujourd'hui doucement sourire les joueurs français du jeu qui pour la majorité ont aujourd'hui dépassé la vingtaine.

Le jeu de cartes en lui-même débarquera en France en Mars 2002 à la suite de quoi la censure se révélera ne pas être la seule caractéristique propre à cette version occidentale.

Renommé bien vite en TCG (Trading card game) pour la différencier de l'OCG (original card game), la version occidentale de Yu-Gi-Oh se distingue également de son grand-frère nippon par l'accès à des cartes différentes du fait d'un rythme de parution altéré ainsi qu'à une « banlist », une liste des cartes interdites en jeu, qui n'est pas conforme à celle de la version japonaise. Mais qu'à cela ne tienne ! Il en faudra plus pour refroidir les ardeurs de la jeunesse française qui s'empare du phénomène et s'éveille au monde à la fois terrible et merveilleux du duel.

Encouragées par l'anime, les cartes investissent les bureaux de tabac et les cours de récréation des grandes villes jusqu'à celles des plus petits villages (Ezan 2006, 95). Une réalité dont je peux moi-même attester car, comme beaucoup d'autres joueurs, c'est au sein de ce microcosme que je me suis pris d'affection pour cette franchise.

Il s'agit alors d'une période charnière pour Yu-Gi-Oh qui va durablement marquer l'imaginaire d'une certaine jeunesse française qui deviendra près de 20 ans plus tard l'avant-garde de son parc de joueurs.

Près de 20 ans plus tard c'est aussi la temporalité que j'ai choisie comme point de départ de mon travail de recherche qui m'a amené à prendre contact avec ces futurs duellistes qui sont aujourd'hui mes contemporains. Je vous propose donc d'effectuer en l'espace de quelques lignes ce saut dans l'avenir afin de prendre connaissance de ce milieu ludique et d'analyser dans ma seconde partie ce milieu au sein duquel les adeptes de Yu-Gi-Oh évoluent de nos jours.

Partie 2 : A la recherche de l'âme des cartes ; immersion au cœur de la communauté Yu-Gi-Oh

C'est un vendredi matin que je me présente au magasin de jeux qui sera au cœur de mon étude. J'y ai rendez-vous pour une initiation au jeu de cartes Yu-Gi-Oh, une occasion pour moi de me mettre à niveau et de me renseigner sur les subtilités de jeu qui ont fait leur apparition depuis l'époque où je m'adonnais au duel assis à même le sol de mon école primaire. L'initiation se fait à l'étage. Lorsque je redescends au rez-de-chaussée le magasin est empli d'un niveau sonore relatif au nombre de personnes qui peuplent maintenant les locaux. Une quinzaine d'individus sont présents, tous des joueurs. Il n'est guère plus de midi mais la majorité d'entre eux sont en plein repas attablés avec leurs camarades de jeux. Manger ensemble permet aussi d'éviter de briser le rythme des affrontements qui se tiendront dans l'après-midi m'explique-t-on. Le vendeur responsable de mon initiation m'introduit à une table. Je m'assois et tends l'oreille. Le sujet discuté se rapporte à la sortie d'un nouveau coffret de cartes qui devrait paraître plus tard dans le mois. Il est question de « staple », « power creep », d'« FTK », de « ressources management » et autres termes d'un jargon qui m'est inconnu. Je ne comprends rien. A la même table je remarque un joueur qui se fait plus discret que les autres. Profitant d'une pause dans la conversation je l'interpelle et demande « Depuis combien de temps joues tu à Yu-Gi-Oh ? », « Plus de dix ans » me répond-il avant de ponctuer bien vite sa phrase par « mais j'arrête là, j'ai plus le temps ». Intrigué j'avance une autre question « Tu trouves que Yu-Gi-Oh est un jeu qui demande beaucoup d'investissement ? », « Oui, beaucoup » me répond-t-il tout net. Songeur je pense alors « Il va sûrement me falloir un certain temps avant de m'essayer moi-même au duel dans un cadre « officiel »... A cet instant j'ignorais encore que le soir-même je participerais à mon premier tournoi...

Au cours de mon terrain j'ai rencontré de multiples individus à travers lesquels j'ai pu connaître de multiples joueurs. Différents dans leur rapport au jeu, ils ont cependant en commun, entre eux comme avec quelques centaines de milliers d'autres personnes à travers le monde, d'avoir choisi comme jeu de prédilection le jeu de cartes Yu-Gi-Oh.

Véritable phénomène comme nous avons pu le voir dans notre première partie, Yu-Gi-Oh est aussi et surtout un jeu de cartes. C'est pourquoi pour permettre la bonne compréhension de la suite de cette étude il va être nécessaire de prendre quelques lignes pour expliquer ce qu'est Yu-Gi-Oh d'un point de vue structurel. Quelles en sont les règles ? Les mécaniques ? Les objectifs ? Etc...

Dans cette partie je ferai volontairement l'impasse sur certaines des mécaniques les plus pointues du jeu afin d'alléger la lecture et m'en tiendrai à celles qui sont nécessaires à la bonne compréhension du texte. Par ailleurs, pour éviter que l'éventuel lecteur de cet écrit ne se retrouve aussi perdu que moi lors de ma première journée de terrain, il sera joint à ce travail un lexique des termes du jargon de la communauté Yu-Gi-Oh qui devrait permettre à tous de suivre avec un minimum de difficulté les réflexions présentées dans ces pages.

Ceci étant dit qu'est-ce que le jeu de cartes Yu-Gi-Oh ? Yu-Gi-Oh est un jeu qui repose sur l'opposition entre deux joueurs. Chacun de ces deux joueurs possède un deck composé d'un maximum de soixante cartes, d'un extra deck composé de quinze cartes et éventuellement d'un side deck composé aussi de quinze cartes maximum. La partie se déroule idéalement sur un matelas de jeu désigné à cet effet mais peut avoir lieu sur toute surface plane. Un duel se déroule ainsi. Chaque joueur joue chacun son tour et chaque tour se divise en six phases sur lesquelles nous n'allons pas nous attarder dans ces lignes.

Au premier tour, chaque joueur tire cinq cartes, puis une carte au début de chacun des tours suivants. Les cartes détruites ou utilisées finissent au cimetière alors que les cartes piochées s'accumulent dans les mains du joueur. Chaque joueur est virtuellement limité dans ses actions par ce que les cartes qu'il a en main à un instant T lui permettent d'accomplir ainsi que par sa capacité à tirer le meilleur parti des cartes en sa possession qui sont autant d'options, de chemins à emprunter pour obtenir la victoire. C'est la marque des meilleurs joueurs que de pouvoir se représenter mentalement en arborescence à cet instant T les actions que lui permettent les cartes qui composent sa main en relation avec celles présentes dans son deck.

Au début du duel chaque opposant a pour lui un total de 8000 points de vie (ou LP pour Life point). Si un des deux joueurs est le premier à faire tomber à zéro les points de vie

de son adversaire il remporte la partie. Il s'agit de la condition de victoire la plus commune. Un joueur est également déclaré perdant si l'effet d'une carte de son adversaire stipule sa victoire ou si le joueur est dans l'incapacité de piocher une carte ou encore, bien évidemment, si ce dernier abandonne de lui-même la partie.

Pour amener son opposant à de telles extrémités le joueur va avoir à sa disposition quatre types de cartes : les cartes magies, les cartes pièges, les cartes de monstres normaux et les cartes de monstres à effets.

Les cartes de monstres normaux se présentent comme cela (figure 15) :

FIGURE 15: EXEMPLE MONSTRE NORMAL



Elle possède un nombre de points d'attaque et de défense défini, ainsi qu'un nombre d'étoiles défini. Au-dessus de cinq étoiles le monstre doit pour entrer en jeu sacrifier un ou plusieurs monstres d'ores et déjà présents sur le terrain. Si la carte est placée sur le terrain à la verticale le monstre est dit « en attaque », c'est alors les points d'attaque qui sont pris en compte dans toute action impliquant la créature ; si celle-ci se trouve être à

l'horizontale le monstre est dit « en défense » c'est alors les points de défense qui prévalent. Si un joueur est attaqué « directement » par un monstre, celui-ci se voit déduit de ses points de vie le nombre de points d'attaque de la créature. Il s'agit de la méthode la plus expéditive pour remporter un duel. Si un monstre en attaque s'en prend à un autre qui possède une attaque ou une défense plus faible que la sienne, le monstre ciblé est détruit. Selon les besoins stratégiques du joueur, ce dernier peut également choisir de poser sur le terrain sa carte monstre face recto ou face verso. Un monstre placé ainsi sur le terrain est dit « invoqué », une terminologie qui fait écho à l'imaginaire de fantasy qui sert de contexte au jeu de cartes dans l'œuvre d'origine. On appelle cette action une invocation normale, celle-ci est limitée à une par tour mais il existe aussi des invocations spéciales qui elles sont illimitées et s'affranchissent en général de la mécanique de sacrifice mentionné plus haut.

FIGURE 16: EXEMPLE MONSTRE A EFFET



Les monstres à effets ne diffèrent pas beaucoup des monstres normaux si ce n'est que comme leur nom l'indique ils possèdent un effet (figure 16). L'effet en question ainsi que ses conditions d'activation pouvant être aussi variées qu'incongrues, je ne vais pas chercher ici à les définir un à un et vais me contenter d'ajouter que ces effets répondent, idéalement, aux besoins situationnels du joueur sur lesquels repose sa stratégie.

Les cartes de magie sont d'ailleurs essentiellement cela : des effets (figure 17). Leur principale utilité est de s'activer et d'appliquer leur effet à la partie en cours. Outre leurs différents effets, les cartes de magie se distinguent par le « timing » auxquelles elles peuvent être activées.

FIGURE 17: EXEMPLE CARTE MAGIE



Les cartes pièges quant à elle se distinguent essentiellement des cartes magie par ce « timing » puisque comme leur nom l'indique, il s'agit de pièges qui ne s'activent donc qu'en réponse à une action de l'adversaire (figure 18). A cette différence près, les cartes pièges, à l'image des cartes magiques, n'ont aussi pour principale utilité que d'activer l'effet qui leur est assigné.

FIGURE 18: EXEMPLE CARTE PIEGE



A partir de cette sommaire présentation, l'on constate déjà que le jeu Yu-Gi-Oh dans son déroulement et ses règles fait appel à nombre des notions qui ont servi à définir les jeux en sciences humaines. En effet, la description de la pratique ludique du jeu de cartes qui fait l'objet de ce travail ne saurait écarter pour être complète aucun des quatre concepts pensée par Roger Caillois : aléa, mimicry, ilinx et agon.

L'aléa pour commencer, relatif à la chance, joue un rôle des plus important dans Yu-Gi-Oh en cela qu'il se trouve inhérent au déroulement d'une partie, l'ordre dans lequel les cartes vont être piochées étant à priori inconnu des deux joueurs. Mais si la chance est induite par le contexte imposé par les règles elle peut aussi être encouragée par certains effets de carte qui superposent aux règles déjà existantes des mécaniques de jeu qui impliquent encore davantage dame fortune dans le résultat des actions entreprises par le joueur. L'on peut penser ici à une carte comme « Chasseur de précision » qui demande pour activer son effet de jeter un dé et d'obtenir un certain résultat ; ou à la carte « Revolver Dragon » qui requiert de lancer une pièce à trois reprises dans la même optique (figure 19-20).

FIGURE 19: CHASSEUR DE PRECISION



FIGURE 20: REVOLVER DRAGON



Certains deck sont d'ailleurs à même de se construire presque exclusivement autour de ces mécaniques qui font la part belle à l'aléatoire donnant l'impression à un observateur extérieur que le joueur qui adopte cette stratégie joue sa victoire au casino et s'abandonne ainsi au destin. Seulement, pour celui qui espère réellement remporter la victoire, s'en remettre entièrement à la chance est, sans surprise, une stratégie bien trop risquée pour être viable sur le long terme. C'est la raison pour laquelle pareil deck n'est au final que rarement utilisé, encore moins dans un cadre compétitif. Car en effet si nombre de joueurs reconnaîtront volontiers le facteur chance comme un élément qui apporte une certaine fraîcheur à chaque nouvelle partie, bien moins nombreux en revanche seront ceux qui le verront comme un allié privilégié. Au contraire, la seconde raison pour laquelle l'aléa est si familier aux joueurs de Yu-Gi-Oh est que lutter contre celui-ci est leur pain quotidien. Un bon deck est un deck qui doit garantir une certaine constance dans sa réussite, le joueur chevronné cherchant donc logiquement par son choix de cartes à limiter au maximum l'emprise du hasard sur son jeu. De fait l'aléa n'est pas connu de la communauté Yu-Gi-Oh comme une simple évidence oubliable qui va de pair avec son cadre de jeu mais bien

comme un élément conscientisé et malléable qui devient avec le temps et l'expérience un marqueur on ne peut plus fiable de l'effectivité d'un deck à atteindre l'objectif qui lui a été assigné par celui qui l'a construit. Partant de ce postulat l'on peut affirmer que Yu-Gi-Oh est un jeu qui ne respecte pas le principe d'équiprobabilité cher à tant d'autres jeux. En effet, au début d'une partie chaque joueur n'a pas les mêmes probabilités, les mêmes chances que son adversaire de remporter la victoire, un fait qui vient souligner l'importance de la pratique du « deck building » en amont d'un duel sur laquelle nous aurons l'occasion de revenir.

L'expression « top deck » qui fait référence à la pioche salvatrice d'une carte à même de tirer à elle seule un joueur de la pire situation, ou le terme « staple » qui désigne les cartes utiles dans tout type de deck car elles peuvent parer à nombre d'éventualités, sont encore d'autres preuves de la place on ne peut plus rationalisée qu'occupe l'aléa dans l'esprits des joueurs de Yu-Gi-Oh.

Ensuite la Mimicry que Caillois décrit comme l'acte de se mettre en scène, de jouer un personnage par imitation ou imagination est plus difficile à cerner au sein de la communauté Yu-Gi-Oh sans pour autant qu'il en soit absent. Le cosplay, pratique bien connue de la culture japanime qui consiste à endosser le rôle et l'apparence d'un personnage de fiction existe, mais ne connaît que peu d'instance dans un contexte de jeu qui demande au joueur d'être concentré en tout temps sur la partie en cours. L'imitation apparaît plus visiblement dans l'acte de reproduction du manga d'origine ou de ses dérivés tels que mentionnés dans notre première partie. Celui-ci étant encouragé par Konami qui publie régulièrement des cartes ou deck propres à certains personnages de l'univers Yu-Gi-Oh qui, s'ils ne réclament pas nécessairement du joueur qu'il s'identifie auxdits personnages, l'invite, à minima, à imiter leur façon de jouer. Enfin bien que cela soit plus difficile à identifier comme tel, l'on peut aussi voir de la Mimicry dans le comportement de certains joueurs qui une fois qu'ils ont revêtu leur « persona » de duelliste adoptent un comportement sensiblement différent de celui qu'on leur connaît. Comme indice de cela je citerais la question de mon questionnaire « As-tu l'impression d'être exactement la même personne lorsque tu joues à Yu-Gi-Oh que lorsque tu évolues en société dans ta vie de tous les jours ? » à laquelle 36% des personnes interrogées ont répondu par la négative.

Poursuivons avec l'ilinx que Caillois qualifie comme un état de transe, un vertige qui nous saisit lorsque l'intensité du jeu brise la stabilité du commun par la mise en place d'un contexte d'une « singulière brusquerie » physique comme mentale (Caillois 1967, 68). Une fois de plus difficile à identifier, il ne fait cependant que peu de doute que Yu-Gi-Oh, à l'image de tous types de jeux compétitifs qui peuvent atteindre un certain degré d'intensité, tient aussi de l'ilinx. Bien que le jeu ne brille pas par son aspect démonstratif du fait de son caractère très cérébral, il suffit d'observer ou d'écouter les témoignages de certains joueurs en situation de tournoi pour se convaincre que l'ilinx n'y est pas moins présent (Jarvis 2019). Pour avoir moi-même assisté à un tournoi régional qui a rassemblé pas moins de 268 participants dans une grande ville du Sud de la France, je peux également attester, à l'approche de la finale, de ce changement d'atmosphère qui caractérise les compétitions de haut niveau et à forts enjeux qui engendrent attentes et passions. Ainsi à la question de mon questionnaire « Pourrais-tu qualifier certains duels du jeu de cartes Yu-Gi-Oh comme « intenses » ? » 96 % des questionnés répondront oui et de ceux-là un certain nombre donneront pour raison « L'adrénaline que procure certaines fulgurances dans le jeu ».

Enfin, terminons avec l'agon, relatif à la compétition et l'opposition. Si l'aléa est un élément important du jeu de cartes Yu-Gi-Oh, l'agon en est le pilier central. Les conditions de jeu aussi bien que toutes les actions qui en découlent reposent sur l'opposition entre deux duellistes faisant de Yu-Gi-Oh un jeu agonistique par essence. Comme nous le verrons un peu plus loin dans ces lignes, cette opposition est sans cesse rappelée au joueur à travers les interactions que celui-ci a au cours de la partie avec son adversaire. C'est une interactivité propre à Yu-Gi-Oh dont la fréquence et la précision dépassent nombre de ses concurrents sur le marché du jeu de cartes notamment due au principe « d'interruption » au cœur de son « gameplay » qui permet au joueur d'agir pendant le tour de son adversaire, brisant ainsi le rythme d'une partie de cartes classique où les participants se voient forcés de jouer l'un après l'autre.

Arrivés à ce stade de notre réflexion l'on constate en quoi Yu-Gi-Oh en tant que jeu étudié à travers le prisme des sciences humaines peut se révéler riche en découvertes et éclaircissements sur le sujet du jeu avec un grand J au moins autant que sur l'humain qui y prend part.

Mais si Yu-Gi-Oh a tout, dirons-nous, d'un objet d'étude « complet » pour le milieu de l'anthropologie du jeu, complet, il l'est aussi du point de vue de sa structure.

Chris Crawford, l'un des premiers designers de jeux vidéo, donne plusieurs conditions à remplir pour qu'un jeu soit considéré comme un jeu. Ce faisant, l'auteur distingue ceux-ci de formes de jeux que l'on pourrait qualifier d'« incomplètes » (Crawford 1984). Crawford distingue tout d'abord le jeu du jouet, soulignant que de par son absence de règles la pratique ludique qui est associé au jouet ne dépend que du bon vouloir de son utilisateur. Un « véritable » jeu a été conçu pour permettre au joueur une certaine latitude dans ses actions au sein d'un cadre fixe dont le sens est reconnu et par extension valorisé par tous ceux qui y prennent part. L'enfant qui joue avec son jouet, nous dit l'auteur, serait alors dans son cas plus proche d'un scénariste que d'un joueur. Un jeu, pour créer un contexte qui profite pleinement à sa pratique, se doit donc d'avoir des règles. Ensuite le jeu doit comporter une quantité significative d'interactions à même de solliciter la participation du joueur par de multiples biais lui permettant dans le meilleur des cas de s'approprier voire de personnaliser jusqu'à un certain point l'espace de jeu qui lui est offert. Crawford donne à ce sujet comme exemple de jeu « incomplet » le puzzle qui bien que catégorisé comme tel manque cruellement dans sa structure d'interactivité ce qui le condamne à une pratique qui ne sollicite que peu l'engagement du joueur et se voit limité dans ses évolutions. Enfin, le troisième élément qui pour Crawford fait d'un jeu un jeu « complet » se trouve être le conflit. Dans un jeu, le joueur poursuit activement un certain objectif. Pour stimuler sa pratique du jeu et souligner le sens et la valeur qu'elle véhicule, le joueur va se heurter dans cette poursuite à des obstacles. Si ceux-ci sont passifs ou statiques, nous avons alors affaire à une forme ludique qui s'approche davantage, en essence, du « challenge » que d'un véritable jeu comme cela peut être par exemple le cas avec une pratique athlétique du saut de haie. Dans un jeu, nous dit Crawford, les obstacles que rencontre le joueur doivent être des agents intelligents à même d'opposer une résistance avérée au joueur (Crawford 1984, 6-8). De cette opposition d'objectifs qui caractérise deux parties, le joueur et celui ou ceux qui lui font obstacle, va naturellement naître le conflit. Du point de vue de Crawford, le conflit est donc indispensable à un jeu qui se veut engageant et riche en possibilités. Ainsi l'on comprend que selon l'auteur si un jeu possède les trois éléments susmentionnés (règle, interaction et conflit) cela fait de

lui un jeu « complet » qui possède une importante marge d'évolution, à la fois vecteur de sens qui lui sont propres et outil d'une certaine forme d'expérimentation.

Ces trois éléments, cela ne vous aura pas échappé, caractérisent Yu-Gi-Oh quand ils ne sont pas au cœur de ce qui fait certaines de ses spécificités structurelles.

Après cette introduction à ce qu'est Yu-Gi-Oh le jeu de cartes du point de vue de sa structure ainsi que de ce que celle-ci permet et induit, je propose au lecteur d'analyser dans ce qui va suivre les trois éléments listés dans mon introduction comme autant de particularité propre au jeu Yu-Gi-Oh et à sa communauté à savoir : l'élaboration transmédiatique de sa narration, l'appropriation personnalisé du jeu par ses participants et le caractère décisif des interactions entre les joueurs, en commençant par le premier élément de cette liste : l'élaboration d'une narration transmédiatique qui constitue une part intégrante de son ADN comme de sa pratique.

Yu-Gi-Oh : l'enfant roi du média mix et sa communauté

Il doit être approximativement 14 heures un samedi lorsque j'entre dans le magasin de jeux avec dans l'idée de mettre la main sur mon premier paquet de cartes depuis fort longtemps. Immédiatement mon regard est attiré par une boîte sur laquelle sont représentées deux figures familières. « Deck légendaire de Yugi », c'est ce qui y est inscrit. Enthousiaste à l'idée de jouer à nouveau avec des cartes que j'ai connues dans mon enfance, je m'approche du comptoir et demande au vendeur son opinion sur mon choix, « Pour t'amuser ça va mais il est vraiment pas fou le deck de Yugi. », constatant sans doute mon apparente confusion, il renchérit « Je veux dire si tu veux faire de la compétition ça va être difficile, surtout que les gars ont un bon niveau ici ». Me voyant toujours dubitatif, le vendeur prend sur lui de m'aiguiller vers le « speed duel », un autre format de jeu de Yu-Gi-Oh qui se rapproche davantage de la façon dont ledit jeu se jouait dans le temps, me dit-on. Pour me lancer sur cette glorieuse et nouvelle voie qui s'offre à moi, le vendeur me tend un autre coffret de cartes. Sur la boîte trois personnages se partagent l'affiche. Je les observe un instant en silence. Je ne les reconnais pas... Et pour tout dire j'ai l'impression qu'eux non plus ne me reconnaissent pas. « Tu sais à la base je voulais prendre le coffret de Yugi parce qu'il me rappelle les cartes que j'avais plus jeune », « Je comprends... » me répond alors le vendeur quelque peu gêné que ses efforts aient été balayés d'une simple phrase. Mais après avoir marqué un temps d'arrêt celui-ci ne se démonte pas et reprend son argumentaire en faveur du fameux « speed duel ». Derrière moi je remarque un garçon qui écoute discrètement notre conversation, j'ignore depuis quand... Plus tard je décide de m'accorder un temps de réflexion. Le garçon en question vient alors me parler. Après avoir échangé quelques formalités il me dit « Tu sais tu devrais prendre le deck de Yugi, on est toujours plus heureux de perdre avec un deck qu'on aime qu'avec un deck qu'on déteste. ». Quelques minutes plus tard je sortais du magasin et me dirigeais vers le tram, le « Deck légendaire de Yugi » bien au chaud au fond de mon sac.

L'une des premières questions que j'ai posées à la plupart des joueurs de Yu-Gi-Oh que j'ai rencontrés est la suivante : « Comment as-tu découvert Yu-Gi-Oh ? ». La réponse une large majorité du temps était toujours là-même. « J'ai découvert par l'anime », rapidement suivie de « lorsque j'étais en primaire » ou « au collège ». Le questionnaire que j'ai réalisé pour mon terrain le confirme, 79% des personnes qui ont accepté de le

remplir affirment avoir connu Yu-Gi-Oh par son anime même si certaines d'entre elles indiquent aussi en avoir eu connaissance soit par le manga (8%) soit par le jeu lui-même (13%) ou par plusieurs de ces médiums. L'anime de Yu-Gi-Oh fut donc et est encore à bien des égards pour beaucoup de joueurs leur porte d'entrée vers le jeu de cartes du même nom. Cela révèle selon moi trois choses. La première, c'est que nous avons affaire à une base de joueurs qui a globalement les mêmes références et la même conception de l'univers de fiction qui sous-tend la franchise, deuxièmement que Konami compte presque exclusivement sur des médiums autres que celui de son jeu pour attirer à lui de nouveaux joueurs et troisièmement que lesdits joueurs sont compris dans une tranche d'âge qui se situe entre 20 et 35 ans. Chacune de ces trois affirmations qui n'étaient au début de mon terrain qu'à l'état d'hypothèse se confirmeront au fil de mon enquête.

Ces réponses soulignent aussi la prégnance du caractère multimédia de la franchise Yu-Gi-Oh dans son expérimentation par ses fans. Cette sous-partie sera donc précisément dédiée à discuter et analyser les implications de cette expérience multimédia sur son jeu de cartes comme sur les profils qui composent sa base de joueurs.

Pour commencer, voyons ce que je me permettrais d'appeler le « parcours type » d'un joueur de Yu-Gi-Oh étant donné qu'il s'agit de celui qui m'a été relaté le plus souvent par ceux que j'ai eu à cœur de questionner à ce sujet. La communauté française de Yu-Gi-Oh est composée majoritairement de jeunes hommes qui ont connu plus tôt dans leur vie l'anime « Duel Monsters » ou ses suites, généralement au début des années 2000 ou un peu plus tard avec sa seconde saison « Yu-Gi-Oh GX » arrivée dans l'hexagone en 2005. A la suite de cette découverte, ils se prennent rapidement d'affection pour le jeu et y jouent assidument durant quelques années avant que les aléas de la vie ne les en éloignent. Après un temps de pause plus ou moins long qui correspond en général à la prolongation de leur parcours scolaire ou professionnel, ceux-ci, par le biais d'une connaissance, du bouche à oreille ou tout simplement par nostalgie reconnectent avec la franchise Yu-Gi-Oh mais surtout avec son jeu comme l'on reprend contact avec un vieil ami. Plus âgé, le joueur a maintenant un capital économique plus conséquent à investir dans sa pratique ludique mais aussi et surtout du temps et un lieu de rencontre pour laisser s'exprimer sa passion du jeu. C'est là qu'intervient le rôle de la boutique de jeux. « Le club appartient au jeu comme le chapeau au chef » disait Huizinga pour souligner

l'importance sociale des lieux de rendez-vous dans le milieu du jeu et Yu-Gi-Oh ne déroge pas à la règle (Huizinga 1988, 30). Un vendeur du magasin de mon principal terrain en France avec qui j'ai conduit un entretien particulièrement enrichissant ira jusqu'à affirmer que ce magasin au cœur de mon étude était comme une seconde maison pour beaucoup de ses habitués, une affirmation qui sera soutenue également par nombre d'entre eux. Dans la même veine, le responsable d'un autre magasin situé dans une grande ville du Sud de la France avec qui j'ai pu échanger me fera remarquer que la communauté Yu-Gi-Oh était la plus active et présente en magasin du fait de sa tranche d'âge qui faisait d'eux des individus qui pour la plupart étaient déjà rentrés dans la vie active mais pas depuis suffisamment longtemps pour que cela n'accapare l'entièreté de leur temps. Le propriétaire de ce second magasin s'arrange alors pour s'adapter aux horaires de ses plus fervents clients laissant ouvert tard le magasin et allant jusqu'à permettre à certains d'entre eux de dormir sur place les soirées ou les duels s'éternisent. Ce faisant ce responsable me narre les rapports de son magasin à la communauté Yu-Gi-Oh comme ayant tout de la symbiose. Ce rapport très amical voire familial qui caractérise la communauté Yu-Gi-Oh, française comme québécoise d'ailleurs, ne se limite pas à la bienveillance d'un établissement envers ses habitués mais s'exemplifie également de multiples manières dans le comportement qu'adoptent entre eux les joueurs. Il s'agit d'une réalité qui peut à priori apparaître antithétique à la pratique d'un jeu qui repose sur l'opposition faisant de chaque membre de la communauté un potentiel adversaire pour son prochain, voire pire, un obstacle à sa progression dans un cadre compétitif. Malgré cela ou parfois même grâce à cela, les joueurs se montrent accueillants envers les nouveaux venus et solidaires avec les habitués, acquis à l'idée que plus rapidement un joueur progressera, plus rapidement il deviendra un adversaire valable à défier et possiblement, à terme, un ami. Près de 70 % des joueurs ayant rempli mon questionnaire affirment que le propre du jeu est son caractère social. Certains responsables du magasin de mon terrain québécois allant jusqu'à comparer l'évolution de leur communauté à celle d'un protagoniste de manga « Shonen » stéréotype, qui, entre autres, a pour lui la caractéristique de vouloir sans cesse se dépasser. Jinn, un joueur vétérane de Yu-Gi-Oh devenu par la suite juge de tournoi officiel, donnera au cours de notre entrevue un bon exemple du type de relation décrit plus haut : « Ce qui m'a amené à devenir juge c'est le

plaisir de pouvoir apprendre aux gens à mieux jouer, vraiment apprendre le jeu aux gens. Dans Yu-Gi-Oh il y a plein de petites subtilités, même dans les textes il y a une grande complexité quand tu lis les cartes et souvent certains ont du mal à comprendre ça. Alors déjà c'est pour leur faire comprendre que je suis moi-même passé par là et que j'ai fini par devenir arbitre (...). Le fait d'apprendre à ceux qui s'y connaissent moins ça permet de les aider à s'améliorer et du coup de disputer des matchs plus intéressants. Il y a pas d'intérêt dans un match à sens unique. Quitte après à ce que ceux que j'aide deviennent meilleurs que moi, moi ça me va, après je pourrais apprendre avec eux aussi. Aider ces gars ça profite à tout le monde en fait. »

Ce désir de donner ou redonner à une communauté qui nous a offert se traduit aussi par le partage de cartes, la création d'équipes, le covoiturage pour se rendre à d'importants événements ou tout simplement la mise en chantier de tournois régionaux.

Liés, les joueurs de Yu-Gi-Oh ne le sont pas seulement par leur camaraderie mais aussi, comme dit plus haut, par leurs connaissances. L'on assiste en effet au sein de la communauté à une homogénéisation des savoirs sur un sujet donné, celui du jeu et de son univers, qui se traduit au sein du microcosme des joueurs par un capital symbolique non négligeable. Dans le cas de Yu-Gi-Oh, cette réalité reflète une caractéristique qui va de pair avec son statut de média mix décrit par certains auteurs comme une « knowledge industry » (industrie du savoir) (Ito 2005, 8). Ce terme sert à traduire une tendance connotée par les franchises transmédia et leur expansion qui souligne la place centrale du savoir dans la façon dont le consommateur de ces produits culturels se présente à ses semblables et exerce son agentivité dans son domaine de prédilection. La connaissance de l'univers du jeu permet de maîtriser certains codes culturels, références et pratiques « rituelles » qui aide son intégration à la communauté et lui permet de s'approprier un univers par le point d'ancrage qu'offrent par exemple des figures connues et reconnues dudit univers. J'ai déjà mentionné l'exemple des deck marquetés à partir de l'image de personnages appréciés des fans auquel l'on peut rajouter ici le cas de cartes célèbres telles que « Gaia le chevalier intrépide » ou « Le renoncé aux mille yeux » auxquelles il est arrivé d'obtenir du « support » pour rester viables au sein d'une scène compétitive changeante.

A travers ces cartes remises au gout du jour s'exprime sans doute la nostalgie mais aussi l'ambition de faire vivre l'héritage de Yu-Gi-Oh à travers les années, l'iconicité des cartes sélectionnées pour profiter de ce traitement en faisant souvent le visage d'une certaine époque de la franchise marqué par des mécaniques de jeu et des personnages différents qui se font connaître saison après saison. Ces cartes sont alors les porte étendards de la saga Yu-Gi-Oh en cela qu'elles en rappellent l'identité de par leur esthétique comme leur gameplay mais jouent aussi le rôle de marqueurs de filiation qui nourrit le concept d'univers étendu cher au média mix et appellent les fans à reconnaître ces cartes comme autant de preuves de leur appartenance à une longue et riche histoire. Il s'agit là d'une volonté de réunion qui culmine par exemple dans le film « Yu-Gi-Oh réunis au delà du temps » créé à l'occasion des dix ans de la franchise et qui fait apparaître ensemble les héros des trois premières saisons de Yu-Gi-Oh. Aussi, à la mobilisation des connaissances ayant trait à l'univers du jeu l'on peut ajouter les références mises en scène par les joueurs quand l'occasion s'y prête.

A ce titre l'exemple des dieux égyptiens est assez parlant. Il s'agit de cartes de monstres sacrés qui jouent un rôle de premier plan dans le manga d'origine, et dont l'invocation en jeu dans notre réalité fait parfois l'objet de commentaires visant à rappeler le caractère très théâtral de celles-ci dans le manga. La réplique « Ce n'est pas un monstre c'est un dieu ! » prononcé par le personnage de Marik Ishtar à l'occasion de la première utilisation de la carte en question peut parfois être entendue, sur le ton de la plaisanterie, au sein des locaux du magasin choisi pour mon terrain. Dans le même registre l'on peut aussi mentionner le concept d'âme des cartes rendu populaire par chez nous par la version française de l'anime qui, à la différence des versions américaines ou japonaises, en fait le titre et la thématique du premier épisode de « Yu-Gi-Oh Duel monsters ». L'âme des cartes fait référence à la confiance qu'un joueur porte aux cartes qui constituent son deck au point de les imaginer douées de conscience, une conception des plus passionnées du jeu de cartes Yu-Gi-Oh sur laquelle certains joueurs ne manqueront pas d'ironiser lorsque la chance leur tourne le dos ou à l'inverse d'encenser lorsque la victoire leur tend les bras à la suite d'une bonne pioche. Sans parler de la question « Pourrais-tu décrire l'image que tu as de toi-même comme duelliste ? » de mon questionnaire à laquelle plusieurs joueurs me répondront directement oralement ou par écrit par le simple nom d'un personnage de

l'anime ou du manga (Jono-Uchi ou Joey dans sa version française étant apparemment ici le grand favori).

Toujours sur le sujet du savoir, loin d'être étrangère à la connaissance de l'univers du jeu, la connaissance du jeu en elle-même se distingue tout de même de la précédente par le fait qu'elle joue un rôle décisif dans le déroulement d'une partie. Comme le souligne le chercheur Sefton-Green, savoir est pouvoir dans le milieu des média mix et cela est d'autant plus vrai dans le cas de Yu-Gi-Oh (Sefton-Green et Buckingham 2003).

Bien que difficile à comptabiliser précisément, l'on apprend dans un article du journal en ligne japonais Shuukan Prime qu'à compter de janvier 2021 près de 35 milliards de cartes Yu-Gi-Oh auraient été vendues de par le monde (Shuukan Prime 2021). De l'aveu de Konami, plus de 21 000 cartes uniques existeraient en TCG fin 2020. Ajoutons à cela que plusieurs centaines de cartes sont éditées par la compagnie chaque année et que virtuellement chaque carte inventée, en dehors de celles bannies, depuis la création du jeu est jouable et l'on commence progressivement à avoir une idée de la quantité colossale de données et de variables que peut potentiellement comprendre le cadre d'une partie de cartes menée selon les règles de Yu-Gi-Oh. Dans un contexte de jeu où la méconnaissance d'une seule carte peut être fatale, il est donc crucial pour quiconque se destine à la compétition de connaître au mieux ses propres cartes mais aussi et surtout celles de ses adversaires afin idéalement de leur trouver une parade ou à minima d'éviter les mauvaises surprises.

Il est donc recommandé de rester attentif au concept de « match up », terme qui est né pour jauger des forces et faiblesses d'un compétiteur, en l'occurrence d'un deck, face au deck qui lui fait face dans le but d'en déduire ses chances de victoire. Tout comme il est requis pour le joueur chevronné de garder un œil sur la « méta » du moment qui désigne les cartes et deck les plus usités à haut niveau permettant au joueur de faire tomber à quelques centaines seulement, pour une période donnée, le nombre de cartes dont il lui faut, idéalement, connaître les effets. Plusieurs joueurs ont d'ailleurs spontanément donné dans mon questionnaire comme cause majeure des défaites le manque de connaissances alors que cette option ne faisait à la base pas partie des réponses envisagées.

La combinaison des deux types de savoirs présentés jusqu'ici peut rapprocher autant qu'elle peut définir la distance qui existe entre les joueurs au sein de la communauté. Il est donc important de choisir sagement le type de connaissances à valoriser pour gagner ses duels autant que pour jouir pleinement du caractère culturel des interactions socio-culturelles qui constituent le milieu des joueurs de Yu-Gi-Oh. L'on touche ici du doigt à l'intrigante proposition avancée par certains auteurs qui s'intéressent au développement de compétences propres aux nouvelles générations et qui consiste à accorder, entre autres, aux œuvres transmédia comme aux nouveaux médias tels que le jeu vidéo la capacité d'« apprendre à apprendre » (learning to learn) (Sefton-Green et Buckingham 2003) (Jenkins 1992). Une compétence loin d'être anodine si l'on en croit la commission européenne et ses organes de recherche qui l'ont désignée en 2006 comme une qualité primordiale pour faire face aux défis du 21^{ème} siècle. Dans le rapport des recommandations du parlement européen, la compétence « Learning to learn » est décrite en ces termes : « the ability to pursue and persist in learning, to organize one's own learning, including through effective management of time and information, both individually and in groups » avec pour élément clé les suivants : « awareness of your learning process and needs, identifying the opportunities that are available, and the ability to overcome obstacles on one's path to successful learning. It means acquiring, processing and accepting new knowledge and developing new skills and searching for advice, and using it » (Radovan 2019, 29). Cette compétence semble en effet des plus profitables au sein d'un siècle qui comme le précise l'auteur Henry Jenkins voit l'émergence d'une « knowledge culture » (culture du savoir) qui invite de par la quantité d'information disponible et la prégnance de la culture populaire dans nos sociétés à maximiser à son avantage la moindre bribe d'information, la moindre capacité ou la moindre méthode d'apprentissage auxquelles l'individu lambda peut avoir accès pour faire valoir son agentivité (Jenkins 2006, 27-29).

Sans pour autant pouvoir l'affirmer de sitôt, l'on comprend avec ce qui a été présenté jusque-là de la franchise Yu-Gi-Oh en quoi celle-ci pourrait être un parfait candidat à « l'affûtage » de talents analogues à ceux énumérés par la commission européenne. En effet, l'acte de concevoir une « stratégie cognitive » que l'on décrit dans la littérature susmentionnée comme le processus mental à l'œuvre chez un individu dans le but

d'atteindre un objectif choisi ou résoudre un problème donné se trouve alors des plus stimulants et stimulés dans le cadre des duels de cartes que propose Yu-Gi-Oh. C'est une stratégie cognitive qui se trouve aussi être l'une des méthodes les plus à même d'aiguiser la compétence d'« apprendre à apprendre ». A partir de ce postulat, l'on pourrait alors sans mal deviner dans le cadre de jeu que propose Yu-Gi-Oh les capacités à même de bénéficier d'une telle activité tels que la hiérarchisation de données, la mémoire ou encore l'attention, comme l'ont déjà démontré d'autres études traitant du jeu vidéo (Zhang et al. 2021).

Cependant, il est bon de rappeler que si une activité, en apparence seulement, aussi ésotérique que Yu-Gi-Oh, a pu attirer à elle autant d'individus, c'est à l'origine en grande partie grâce à ses choix de narratif. La combinaison des deux types de connaissances mentionnés plus haut, connaissance du jeu et connaissance de son univers de fiction, qui ne sont en réalité séparés que par une limite des plus poreuses s'entremêlant pour former l'une des spécificités de Yu-Gi-Oh sur laquelle a été bâti son empire : l'élaboration d'une narration transmédia.

Henry Jenkins donne au concept de « transmédia storytelling » la définition suivante :

« a process where integral elements of a fiction get dispersed systematically across multiple delivery channels for the purpose of creating a unified and coordinated entertainment experience. Ideally, each medium makes its own unique contribution to the unfolding of the story » (Jenkins 2007)

Dans un autre article traitant du même sujet, Jenkins ajoute : « A good character can sustain multiple narratives and thus lead to a successful movie franchise. A good “world” can sustain multiple characters (and their stories) and thus successfully launch a transmedia franchise. » (Jenkins 2003).

Yu-Gi-Oh fait indéniablement partie de cette seconde catégorie. Nous avons déjà fait mention dans notre première partie du fait que la proximité de l'univers de Yu-Gi-Oh avec le nôtre encourageait la reproduction et permettait au joueur de se sentir plus aisément inclus dans ce vaste univers par l'accroche de sa participation au jeu. Seulement la permissivité et la richesse de l'univers de Yu-Gi-Oh en sa qualité d'outil de création de

narratif ne s'arrêtent pas là. Le rapport de vases communicant qu'entretient le jeu avec les autres médiums qui enrichissent son univers contribue à créer différents narratifs qui s'entre-connaissent, s'interpénètrent et ce faisant n'ont de cesse de créer et nourrir des récits personnalisables aux influences toujours plus variées.

Afin d'y voir plus clair, voyons tout d'abord individuellement les différents types de narratif à l'œuvre au sein du jeu de cartes Yu-Gi-Oh. Sans grande surprise, ces narratifs ont pour principal support les cartes. J'en ai pour ma part identifié quatre que je nommerais à partir de termes empruntés à Gérard Genette ainsi qu'aux chercheurs Benjamin Derhy Kurtz et Mélanie Bourdaa, des théoriciens de la narration ancienne comme moderne qui je le pense exemplifient bien le caractère multiforme de la narration transmédia née précisément de la rencontre entre nouveaux et anciens média dont profite Yu-Gi-Oh. Les quatre modes narratifs sont donc les suivants : le narratif hypertextuel qui référence indirectement la ou les œuvres qui ont inspiré la création d'une carte, le narratif metatextuel qui fait appel aux connaissances du joueur concernant la symbolique et l'histoire d'une carte, le narratif produit par les cartes elles-mêmes du fait de leur paratexte ou tout simplement de leur énoncé, et enfin le narratif que s'inventent les joueurs par rapport à leur jeu que l'on rapprochera du transtexte propre à la narration transmédia qui souligne l'implication d'un fan d'une œuvre de fiction dans la création de nouveaux narratifs à partir de ceux que ledit univers lui propose (Genette 1982) (Derhy Kurtz et Bourdaa 2016).

Le narratif hypertextuel de Yu-Gi-Oh est on ne peut plus simple. Ce dernier concerne la référence, plus ou moins voilée, à une œuvre ou un objet de fiction autre que Yu-Gi-Oh qui à la suite d'une transformation va créer quelque chose de nouveau sans pour autant cacher sa source d'inspiration. Le concept des archétypes qui caractérise le jeu de Yu-Gi-Oh et décrit un groupe de cartes qui partagent le même imaginaire, références esthétiques et culturelles incluses, va ouvrir la porte en grand à ce type de narratif hypertextuel. L'on peut donner comme exemple de cela l'archétype des « anciennes entités » dont chaque carte s'inspire d'éléments de la cosmogonie lovecraftienne. Parmi elles l'on retrouve l'entité Nyarlathotep née des récits de l'écrivain Lovecraft devenant la carte monstre « Nyarla, entitée éloignée » et le « Trapézoèdre brillant » (Shining Trapezohedron),

artefact magique né de l'imagination du même auteur devenant ici la carte magie « Trapézoèdre interdit » (figure 21).

Figure 21: Nyarlathotep version Yu-Gi-Oh



Il en existe comme ça de nombreuses instances allant de références au cycle des légendes arthuriennes avec l'archétype des « chevaliers nobles », au célèbre roman fleuve chinois « Au bord de l'eau » avec l'archétype « Confrérie du poing de feu », à la Divine comédie avec l'archétype « Abysses Ardents » ou encore à la littérature traitant des OOPART avec l'archétype « Chronomal ».

Le narratif metatextuel des cartes de Yu-Gi-Oh fait quant à lui appel aux connaissances du joueur qui portent sur l'univers de Yu-Gi-Oh tel qu'il a été développé dans d'autres médias appréciés de la franchise, le plus souvent son anime et son manga. Ce type de narratif fait ainsi appel à la symbolique associée à des passages ou personnages clé de ces œuvres illustrés sur la carte pour raconter quelque chose d'autrement plus signifiant que son effet ne le laisse deviner. Cependant il arrive à quelques rares occasions que l'effet

aussi bien que la carte embrasse ce narratif metatextuel pour offrir un résultat aussi atypique que manifeste. C'est par exemple le cas de la carte « Amitié YU-JO » qui dépeint les personnages de Yugi est Jono-Uchi s'adonnant à une poignée de main (figure 22). La carte symbolise ici de façon évidente l'amitié inébranlable qui lie Yugi et Jono-Uchi, thématique des plus importantes du manga de Takahashi allant jusqu'à référencer le jeu de mot symbolique à l'origine du prénom des deux personnages « Yu » accoler à « Jo » rappelant phonétiquement le mot japonais « Yuujou » qui signifie amitié. La carte pousse alors le vice encore plus loin et met en scène cette preuve d'amitié par le biais du jeu du fait de son effet que voici : « Tendez la main à votre adversaire. S'il accepte de vous la serrer, les Life Points de chaque joueur deviennent la moitié de la somme des Life Points des deux joueurs. Si vous avez "Unité" en main et la montrez à votre adversaire, il doit accepter la poignée de main. ». La carte « Unité » référencée dans l'effet se trouve être une autre carte qui souligne par son illustration les liens d'amitié qui unissent les personnages du manga de Takahashi tels que mis en scène dans l'œuvre d'origine (figure 23).

FIGURE 22:AMITIE YU-JO



FIGURE 23: UNITE



Exemple plus commun de ces cartes chargées d'histoire, l'on peut mentionner également le célèbre « Exodia l'interdit » un monstre dont il faut réunir les cinq morceaux, cinq cartes sur lesquelles sont représentées différentes parties de son corps (figure 24). Si cette action est réalisée au cours d'un duel, le joueur qui y parvient est immédiatement déclaré vainqueur. La raison, doublée du sens, derrière pareille mécanique est une fois de plus à aller chercher du côté du manga. Exodia est en effet un monstre qui permet à Yugi de sortir vainqueur d'un duel en faisant du lien qui l'unit à ses amis un vecteur de chance lui permettant de piocher les cinq cartes en question avant qu'il ne soit mis dos au mur. Dans le contexte du récit, Exodia symbolise donc la victoire de l'amitié, de l'union du nombre sur une force ennemie certes puissante mais solitaire, un sens dont la symbolique perdure à travers les mécaniques de jeu qui s'appliquent à Exodia mais aussi via son niveau d'attaque qui, sous sa forme complète, à la différence des autres cartes monstres, ne peut être chiffré et affiche le symbole de l'infini à l'image du potentiel que recèle une amitié sincère telle que dépeinte dans le manga.

Figure 24: Exodia L'interdit



A un niveau plus modeste encore, il existe des cartes telles que « Pouvoir hors-limite » ou « Ecailles corrosives » qui se contentent de référencer directement par leurs illustrations des passages connus du manga ou de l'anime. Mais la forme la plus connue de ce narratif métatextuel a sûrement trait aux cartes emblématiques que je mentionnais plus haut. Le plus souvent, ce sont des cartes monstres qui sont si présentes dans ces autres médias que leur représentation autant que leur évocation ne sauraient être séparées du rôle qu'elles y tiennent, que ce soit par association à un personnage, un événement ou un élément scénaristique saillant. Je pense ici à des cartes telles que le « Dragon blanc aux yeux bleus » ou « Le magicien des ténèbres » qui jouent un rôle clé dans le manga de Takahashi et se voient étoffées pour l'occasion d'une riche « backstory », ou encore à « Néos, héros élémentaire » et « Dragon poussière d'étoile », deux cartes signature qui appartiennent respectivement à Jaden Yuki et Yusei Fudo, héros des deuxièmes et troisièmes saisons de l'anime.

L'on en arrive maintenant au narratif produit par les cartes elles-mêmes du fait de leur paratexte ou de leur énoncé. A ses débuts, le jeu de cartes Yu-Gi-Oh comptait nombre de ces cartes qui en plus de leurs visuels agrémentaient le design de leur créature d'un court texte relatif aux spécificités du monstre en question. Ainsi sur la carte « Nuagien – Boule De Fumée » peut-on lire : « Les Boules de Fumée sont des nouveaux-nés Nuagiens. Ils ont peur d'être seuls, c'est pourquoi ils préfèrent flâner dans le ciel avec leurs amis. » (figure 25).

Figure 25: Nuagien Flavor Text



A mesure que le jeu va se complexifier les effets de cartes gagneront en importance dans la stratégie et prendront peu à peu la place de ces descriptions aussi appelées « flavor text » en anglais, sans pour autant qu'ils ne disparaissent complètement. Cependant il ne s'agit là que de la méthode la plus timide qu'emploie le jeu Yu-Gi-Oh pour conter une histoire à travers son format. En effet, ce troisième axe narratif fait davantage allusion aux histoires qui sont développées au travers d'illustrations de cartes qui une fois mises dans le bon ordre content un récit cohérent et parfois surprenamment développé et riche en rebondissements.

Le site de fans « Yu-Gi-Oh Wiki » nomme ce type de narration « Card storyline » et le décrit en ces termes « stories that can be pieced together regarding the relationships between certain monsters and groups of monsters from card artworks. ». Certaines de ces histoires profitent aussi à l'occasion d'une narration écrite plus explicite par le biais d'autre medium tels que le magazine japonais « V Jump » ou le jeu d'arcade Duel terminal. Cette narration fragmentée mais ingénieuse a su intriguer de multiples joueurs de par le monde et doter plusieurs cartes et archétypes d'une identité des plus unique. On peut citer comme plus éminent représentant de ce type de narration l'histoire de « L'héritage du monde » qui s'étend sur plusieurs archétypes et plusieurs dizaines de cartes différentes façonnant chemin faisant un monde de science-fiction des plus ambitieux compte tenu de son format (figure 26) ; ainsi que la saga d'« Albaz » elle aussi d'une longueur assez exceptionnelle choisissant cette-fois-ci pour cadre un univers de médiéval fantasy qui n'hésite pas d'un archétype à l'autre à développer différents arcs narratifs et à faire cohabiter à l'intérieur de ceux-ci divers genres de fiction.

FIGURE 26: CARD STORYLINE L'HERITAGE DU MONDE



Enfin nous arrivons au transtexte décrit par Derhy Kurtz et Bourdaa comme la contribution des fans à l'univers d'une franchise transmédia par la création de nouveaux narratifs qui s'inspirent de ceux déjà développés par ladite franchise. Dans ce cas le type de narratif créé dépend davantage du caractère actif voire proactif du joueur dans l'acte d'appropriation de son univers fétiche. Les trois types de narratifs présentés jusque-là agissant alors comme un corpus de textes signifiants que le joueur peut assembler et retravailler à sa guise pour en tirer un récit personnel, quintessence de ce que la narration transmédia permet en termes de personnalisation.

Si j'ai décidé de souligner ce quatrième type de narratif c'est, notamment, parce que j'ai eu la chance au cours de mon terrain de rencontrer quelqu'un qui précisément faisait montre de cette vision holistique et hautement signifiante de son jeu.

La personne en question, renommé Agis pour l'occasion, âgée de la vingtaine, s'est en effet confiée au fil de l'entrevue que j'ai menée avec elle sur le rapport des plus symboliques et « scénarisés » qu'elle entretient avec son deck dit « de cœur » une expression utilisée au sein de la communauté Yu-Gi-Oh pour décrire un deck que l'on joue davantage par affinité personnelle que pour tout autre raison. Dans son cas, les cartes de son deck appartiennent à la grande famille des « héros » qui se compose de plusieurs archétypes qui ont pour point commun de tous renvoyer à un imaginaire super-héroïque de comics américains vu par le prisme de la culture japonaise et de fait transformés en conséquence. Alors que Agis est sorti depuis un certain temps de sa période collègue, qui est marquée par un passage à vide en ce qui concerne sa pratique du jeu de cartes, il se promène en ville et est interpellé par un paquet de cartes au comptoir d'un magasin : « Après le collègue euh... Ce qui s'est passé... C'est que j'ai repris goût au jeu de cartes... Parce que... Maintenant autant s'amuser un peu, voilà. Autant être soi. Et donc. Euh... C'était à ce FNAC justement, où je les ai vus près du rayon de la caisse. J'ai vu des cartes comme ça et je me suis dit... En plus, en plus ! Sur ces boosters là il y avait qui devant : Aster Phoenix qui jouait héros de la destinée ! » « Comme quoi tout était écrit » dis-je alors. « Ouais, ben c'est la destinée haha ! ». Le personnage mentionné par Agis « Aster Phoenix » est un protagoniste de premier plan de l'anime Yu-Gi-Oh GX qui joue l'archétype « héros de la destinée », un archétype et un personnage qui portent des thématiques lourdes de sens et d'implications. A un autre moment de l'entrevue, Agis développe comment le sens dont sont chargés les archétypes héros tels que présentés dans GX ainsi que les protagonistes qui en ont l'usage ont rencontré son propre parcours personnel et en quoi ceux-ci ont pris un sens nouveau à la suite d'une telle rencontre. Sens qui vit encore à travers son deck aujourd'hui.

Voici la retranscription de nos échanges à ce sujet :

Moi : « T'as eu un rapport à tes... A tes cartes qui est assez singulier parce que tu disais que tu les avais depuis très très longtemps, ce deck là. »

Agis : « Le deck héros ouais, mon petit chouchou, clairement. »

Moi : « Tu m'expliquais quelque chose de très intrigant la dernière fois c'était... »

Agis : « Ouais un petit symbole, ouais »

Moi : « Beaucoup de symbolique dedans tu disais ? »

Agis : « C'est ça. Il y en a ils font des tatouages avec un aspect symbolique, il y en a comme moi qui jouent avec des cartes par aspect symbolique justement. Et en gros le deck héros c'est un deck que j'ai depuis... Que je suis en terminale, quand j'étais en terminale justement euh... Et en jouant le deck héros justement c'était très orienté sur héros de la destinée... Quasiment... Héros de la destinée. Il y avait justement cet aspect ... De sortir d'une dépression et justement ce deck héros de la destinée c'est un deck que je trouvais bien pour jouer avec durant cette période et même après parce que c'était... une porte... une étincelle dans une période assez obscure et qui derrière s'est prolongée avec les héros... Quand j'ai combiné avec d'autres héros, « héros élémentaire », « héros vision », « héros du mal » ou chacun avait sa représentation et encore une fois l'effet fenêtre de l'anime c'est que typiquement... Jaden Yuki, typiquement. Le héros de Yu-Gi-Oh GX qui joue avec héros... Héros élémentaire. Va d'abord commencer très bien sa vie tout ça. Puis il va connaître une période assez déprimante de sa vie très... triste... Avant de revenir dans la lumière avec d'autres héros qui vont rejoindre son deck. Et c'est de même avec Aster Phoenix qui joue héros de la destinée qui lui va plutôt chercher à se libérer de ses chaînes qui l'avaient prédestiné jusqu'à maintenant. Et pour héros du mal c'est un autre aspect toujours dans Yu-Gi-Oh GX avec encore une fois Jaden Yuki qui va rebasculer très mal. Cette-fois ça va pas être de la tristesse mais au contraire de la haine, de la rancune et il va jouer héros du mal. Et donc ce croisement, ce chassé-croisé des différents héros que je joue, je pense que c'est une bonne représentation du coup de la complexité dans laquelle j'étais et que je suis devenu en étant bien. » (figure 27-28-29).

FIGURE 27:EXEMPLE HEROS ELEMENTAIRE



FIGURE 28:HEROS DE LA DESTINEE



FIGURE 29: EXEMPLE HEROS DU MAL



Moi : « Pour être sûr, du coup t'avais pris des cartes qui étaient... Parce que tu me parlais de traits de ta personnalité... T'avais choisi ces cartes en fonction de ces traits ? »

Agis : « Ouais c'est ça alors le deck en lui-même. Plus l'archétype, que les cartes en elles-mêmes. Plus l'archétype et d'ailleurs cet archétype il est encore là aujourd'hui et c'est un archétype de cœur, clairement. » (...)

Moi : « Hé, donc ces cartes disent quelque chose de toi... D'une certaine façon tu dirais ça ? Ou... Est-ce que c'est quelque chose... »

Agis : « Je dirais pas quelles disent quelque chose de moi par contre je peux leur faire dire ce que je veux. Je peux leur faire dire, voilà ce qu'elles... Ce qu'elles... Ce qu'elles représentent pour moi.

Agis : « Souvent euh... Yu-Gi-Oh c'est surtout le jeu de cartes tout ça mais il faut pas oublier qu'il y a aussi l'aspect graphique et artistique et comme encore une fois l'effet

fenêtre avec l'anime. L'effet aussi... Euh... Du... De la projection de quand tu regardes telle série ou tel anime tu vas aussi réfléchir... Ça peut vouloir te faire réfléchir aussi sur toi-même. »

Moi : « Et puis on en parlait la dernière fois aussi, ce que je trouvais super c'est que les archétypes en eux-mêmes étaient thématiques pour la plupart. Ils avaient des éléments, ben encore je reprends cet exemple parce que j'en ai pas joué tant que ça, mais je reprends, le cas des... des Chevaliers nobles qui avaient cette idée de passation, d'héritage ou tu balançais au cimetière... Je trouvais ça génial. Tu balançais au cimetière ton épée puis tu la reprends... »

Agis : « Absolument et ça peut donner un aspect symbolique fort surtout si t'es une personne qui est attachée à la transmission, au fait de transmettre quelque chose. Ça peut te donner envie de jouer ce deck, clairement. Comme le sentiment héroïque de malgré la hauteur du mal tout ça malgré la hauteur de la souffrance, des épreuves on peut toujours être héroïque et quelque part avoir un sauveur peut-être ici justement, un parallèle comme on en parlait avec la dépression. Voilà l'aspect héroïque héhéhé ! »

Les échanges retranscrits ici avec Agis traduisent, de ce que j'en ai compris, une appropriation des plus complètes de son jeu par le principal intéressé. Ce dernier tire pleinement parti des différentes « couches » de narratif que peuvent voir se superposer à elles certaines cartes de Yu-Gi-Oh. Les trois premiers narratifs présentés plus haut étaient tous représentés dans ces lignes sans exception. Le narratif hypertextuel est évoqué à travers les valeurs et les figures héroïques inspirantes qui renvoient à l'imaginaire super-héroïque dont l'archétype héros est dépositaire. Le narratif paratextuel et lié aux énoncés se retrouve dans l'appréciation esthétique « graphique et « artistique » des cartes par Agis. Et enfin, le plus évident, le narratif métatextuel apparaît tout au long de nos échanges avec des parallèles et rappels fréquents à l'anime Yu-Gi-Oh GX et à ses personnages et leur thématique. En ce sens Agis est un passionné de Yu-Gi-Oh dont le parcours de joueur aura été des plus abouti à l'aune de ce que propose la franchise par le biais de sa narration transmédia. Agis ayant évolué en concordance avec le joueur qu'il est devenu, fait ainsi de son aventure en tant que duelliste une histoire nouvelle mais pas moins familière, pleine de sens, qui porte les marques de ses propres apprentissages et accomplissements.

Une histoire que Agis se raconte à propos de lui-même par le jeu mais qu'il n'a pas moins vécue.

A ces mots l'on serait tenté de rapprocher la lecture symbolique qu'Agis a de son jeu de la notion de Deep play de Clifford Geertz qui fut précisément l'un des premiers dans son article « Deep Play. Notes on the Balinese Cockfight » à s'intéresser à l'idée que le jeu puisse être pour les joueurs « A story they tell themselves about themselves » (Geertz 1973, 448). Il s'agit en effet ici, comme le fait Geertz avec les coqs de combat de Bali et comme le fait à son tour Agis avec l'archétype héros, d'accorder une signification supérieure à des éléments de l'acte de jeu en sa qualité de pratique interprétative. Ainsi si, à la différence des Balinais Agis n'offre pas nécessairement par le jeu une mise en scène et dramatisation de son statut en société, il insuffle tout de même une part de lui dans son deck sous une forme « dramatisée » bien qu'elle ne soit connue que de lui-même. Geertz écrit à ce sujet dans le cadre de son analyse « cocks are symbolic expressions or magnifications of their owner's self (...) ». ce que les cartes sont également pour Agis comme il me l'a expressément fait savoir.

S'il est vrai que le cas de Agis n'est pas forcément l'échantillon le plus représentatif de sa communauté, il reste un sujet d'étude légitime et particulièrement enrichissant en vue d'appréhender au mieux le rapport complexe et « scénarisé » qui peut se construire entre l'univers de Yu-Gi-Oh et ses joueurs dont j'ai, après avoir réalisé ce travail, l'intime conviction que l'on en sous-estime l'influence.

Ce rapport, j'en ai pourtant discuté de façon plus ou moins directe avec plusieurs des joueurs que j'ai rencontrés et c'est aussi de ces échanges qu'est née l'idée de transfert de valeurs que j'aimerais aborder maintenant.

Dans son célèbre ouvrage « Homo Ludens », Johan Huizinga parle du jeu et plus précisément des jeux qui reposent sur une pratique agonistique. Selon l'auteur, ce type de jeux aurait joué un rôle fondateur dans l'installation d'une certaine civilité au sein de sociétés archaïques puis modernes. De par les valeurs qu'ils véhiculent tels que l'honneur, la responsabilité, l'égalité, la piété, la justice ou encore le respect d'autrui, les jeux agonistiques qui occupaient alors une place autrement plus élevée au sein de la culture, souvent proches du sacré, auraient investi le corps comme l'esprit des gens au point

d'influencer un processus civilisateur dont nous sommes encore tributaires. « Le droit des gens » (jus gentium) dans l'antiquité qui deviendra plus tard « les droits de l'homme » ainsi que la chevalerie ou bien même les manières du gentilhomme du 17^{ème} siècle seraient autant de formes de culture qui en ont profité quand elles n'ont pas tout simplement vu le jour suite à la valorisation de certains jeux qui tiennent de l'agon » (Huizinga 1988, 138-139). A la vue de cette théorie il serait légitime de se demander si Yu-Gi-Oh, jeu agonistique par excellence, aurait, à moindre échelle, encouragé voire fait naître des valeurs approchantes chez ses joueurs.

Aux trois questions de mon questionnaire portant sur le sujet :

« Penses-tu que sans une base de respect mutuel des participants il ne peut y avoir de duel ? »

« On dit souvent que pour s'astreindre à des règles, il faut un minimum de discipline, de respect et de savoir-vivre. Penses-tu que ces qualités doivent être déjà présentes chez l'individu pour que l'univers du jeu de cartes Yu-Gi-Oh lui soit accessible et paraisse attirant ? »

Et « Est-ce que le respect, la discipline, la responsabilité, la réflexion, la précision que demande généralement la pratique du jeu de cartes Yu-Gi-Oh ont pu faire naître ou accentuer chez toi ces valeurs dans ta vie de tous les jours ? »

67% des sondés ont répondu par l'affirmative à la première question, 88 % ont fait de même pour la deuxième et 58 % ont répondu « Oui » à la troisième. Fait d'autant plus intéressant pour cette dernière question : parmi les individus restants 38% ont choisi la réponse « peut-être mais inconsciemment » ne laissant que 3 % de joueurs persuadés que ce transfert de valeurs n'a pas lieu.

Avec ces chiffres l'on comprend que certaines des valeurs qui font l'essence de la compétition agonistique selon Huizinga sont encore bien chevillées au corps de nombreux joueurs de Yu-Gi-Oh. Cela au point que la majorité de ceux interrogés pour cette étude aient vu ces valeurs les habiter durablement et s'exprimer par la suite dans leur vie quotidienne. Ce faisant ils donnent ici raison à la vision résolument positive du jeu avancé par Huizinga qui implique que les bénéfiques, le plus souvent d'ordre mental, que retire un

joueur de sa participation à un jeu dépassent de loin le cadre de la partie à laquelle il prend part (Huizinga 1988, 79).

On peut aussi citer ici en faveur de cette incorporation de valeurs positives l'impressionnant rejet dont fait l'objet celui qui triche au cours d'un duel de Yu-Gi-Oh. Plusieurs joueurs m'ont confié qu'être à nouveau accepté au sein de la communauté après avoir perpétré de tels actes était particulièrement difficile du fait des stigmates qui vont de pair avec pareilles actions. La majorité des joueurs que j'ai questionnés à ce sujet étaient prêts à approuver de plus sévères sanctions à l'encontre d'un tricheur qui abuse des règles plutôt qu'à l'encontre d'un simple mauvais joueur qui refuserait de les appliquer. Huizinga explique ce comportement par le fait que celui qui abuse des règles commet un acte qui attise d'autant plus le rejet pour la raison qu'il manipule sournoisement les règles du jeu et les valeurs qu'elles véhiculent pour remporter la victoire. Il s'agit de ces mêmes règles et valeurs qui constituent le cadre de jeu, espace proche du sacré dans l'explication de l'auteur, qui porte ainsi en lui une haute signification pour les joueurs. Dans ce cas de figure, la compréhension de pareil rejet nous amènerait à rapprocher le fait de tricher de l'acte de blasphème.

Enfin, il est intéressant de noter qu'à la différence de la majeure partie de ses concurrents sur le marché du jeu de cartes, Yu-Gi-Oh s'est toujours refusé à offrir comme récompense d'un tournoi une simple somme d'argent. En effet la notion de « cash prize » qui indique un gain monétaire à la suite d'une victoire est étrangère au microcosme compétitif mis en place par Konami qui préférera remettre aux vainqueurs de tournois officiels un trophée mais surtout des cartes uniques et donc particulièrement rares. Sans certitude possible que cela ait un impact direct sur la mentalité des joueurs qui y prennent part, les avis que j'ai recueillis à ce sujet m'encouragent tout de même à mentionner ici cette particularité comme autre élément à même d'encourager l'assimilation de valeurs méritoires. Huizinga appuyait le fait qu'une pratique noble du jeu doit avant tout être motivée par l'amour de ce dernier et le désir d'être honoré pour ses capacités.

Là où la question initiale du transfert de valeurs rencontre le domaine du média mix, c'est lorsque l'on en vient à s'interroger sur le degré d'influence que les valeurs véhiculées par

les œuvres estampillées Yu-Gi-Oh exercent sur les comportements et les philosophies illustré jusqu'ici en rapport avec le jeu.

Le magazine « Shonen Jump » dans lequel est publié Yu-Gi-Oh fait voter en 1989 le « crédo » du magazine : effort (doryoku), amitié (yuujou) et victoire (shouri) qui deviendra en quelque sorte par la suite sa ligne éditoriale (Craig 2000, 13).

Dans l'œuvre de Takahashi, Yugi est lui-même une incarnation de ces valeurs faisant montre en tant que joueur d'une bravoure et d'une droiture exemplaires qui contribuent à donner comme image du duel celle d'une institution qui promeut des vertus édifiantes qui définissent la noblesse d'âme des meilleurs duellistes. Ceci est exemplifié dans le manga par le fait que les affrontements les plus chargés thématiquement s'apparentent parfois à un duel de volonté entre les deux participants qui cherchent à s'attirer les bonnes grâces de forces supérieures telles que la chance ou plus directement dans l'arc du battle city celles des dieux eux-mêmes. Le duelliste qui exprime par ses actions et sa philosophie les principes les plus justes et vertueux se voit généralement être celui favorisé par ces instances divines.

Dans un de ces articles, Ito nous relate dans un chapitre intitulé « Yugi incarnate » sa rencontre avec un joueur japonais de Yu-Gi-Oh du nom de Kaz qui a fait siennes les valeurs que véhicule le personnage de Yugi. Ce dernier agit avec la plus grande déférence et reste humble dans l'adversité se voyant assigner par ses pairs « the heart of the true duelist » que l'on reconnaît souvent au protagoniste principal du manga de Takahashi (Ito 2005, 7). Alliant le génie stratégique et les principes vertueux de Yugi, Kaz ira jusqu'à remporter un tournoi officiel mis en place par Konami faisant par bien des aspects de sa victoire la vitrine d'une certaine philosophie de jeu mais aussi de vie intériorisée par le duel et sa rencontre avec l'œuvre de fiction qui l'a vu naître.

Avec des exemples comme ceux de Kaz et d'Agis, ainsi qu'en m'appuyant sur les réponses apportées par les joueurs ayant répondu à mon questionnaire, il apparaît clairement que la proximité qu'entretient l'univers de Yu-Gi-Oh avec ses joueurs et leur jeu par le biais des différents modes narratifs développés par la franchise, permet l'élaboration d'histoires complexes façonnées par l'expérience d'éléments transmédia de cet ensemble que j'ai cherché à articuler et analyser au cours de cette sous-partie.

Nous l'avons vu au travers des multiples exemples donnés plus haut, le jeu de Yu-Gi-Oh comporte une part importante d'appropriation et de personnalisation par les joueurs. Intimement liés au sujet du média mix, il a donc été nécessaire pour moi de traiter conjointement ces deux aspects de l'univers du jeu.

Dans la partie qui va suivre nous allons cependant accorder une place centrale à ce phénomène d'appropriation afin d'en cerner au mieux toute la profondeur.

Appropriation et personnalisation : Devenir un duelliste

Mes recherches m'ont conduit dans une grande ville du Sud de la France où est organisé ce jour un tournoi régional de Yu-Gi-Oh. Au pied de la résidence où j'ai jadis habité, je tiens fermement mon enregistreur en main. Assis à mes côtés, le capitaine de l'une des équipes en compétition attend patiemment, l'air serein. Le bruit de la rue est relativement fort ; j'espère qu'il ne couvrira pas nos voix. Le vent lui aussi essaie de se faire entendre. Je lance l'enregistrement. Entre deux ronronnements de moteur il me confie calmement « J'ai fait deux « burnout » pour l'équipe. ». Ma surprise est sans équivoque : « Ah ouais, putain ! ». « Il y en avait besoin c'était nécessaire je les ai acceptés parce qu'il faut faire des sacrifices pour avancer parfois, voilà tout. » ajoute-t-il tout aussi calmement. Voyant que je n'ai rien à ajouter, il reprend « Je pense que si tu es capitaine ça demande beaucoup d'investissement. Dans l'équipe on est tous dans le même bateau et on va chercher le « One Piece », on doit se serrer les coudes et s'entraider sans cesse. Parfois il y a des moments durs, mais on doit arriver à notre objectif tous ensemble. En tant que capitaine je dois assurer. ». Il marque une pause. « En fait, à la base, je suis plutôt fébrile mais ce rôle de capitaine m'a aidé à grandir et à devenir un leader. C'est l'équipe qui m'a fait devenir adulte. » ajoute-t-il avec aplomb. Non loin, dans une salle des fêtes louée pour l'occasion, la troisième manche du tournoi a débuté depuis peu. A l'intérieur près de 260 joueurs sont encore en plein duel. Il n'est pas des leurs, il a abandonné, mais ce n'est pas le cas de ses protégés, d'autres membres de son équipe en qui il voit un grand potentiel sont encore en lice. Ils sont l'avenir. Quant à son avenir à lui, il oscille entre incertitude et évidence. « Ça fait trois ans que je gère l'équipe mais il me reste au moins deux ans avant de pouvoir tirer ma révérence. Pour eux et pour moi je ne me vois pas encore partir, être allé jusqu'à affecter ma santé parfois, avoir autant investi... La réussite commence à peine. J'ai aucune raison de partir maintenant. Et si ça se trouve, je dis que dans deux ans je prendrais enfin ma retraite mais si ça se trouve je la prendrai jamais. C'est difficile de quitter sa place quand t'as autant construit de tes mains. ». Quant au détour de la conversation je me hasarde à lui faire préciser son sentiment vis-à-vis de ce projet qu'il alimente depuis des années en tant que capitaine, la raison de sa dévotion apparaît d'autant plus clairement : « C'est la plus grande réussite de ma vie » Dit-il simplement. « D'après ce que je comprends tu as mis beaucoup de toi dans le jeu mais il t'a rendu pas mal de chose aussi, est-ce que tu dirais ça ? » demande-je alors. « J'ai appris plein de trucs grâce à Yu-Gi-Oh, la réflexion, la logique, les mathématiques, le mental, gestion de la fatigue, du stress, gérer une équipe, tout,

c'est des apprentissages indirects car c'est pas le but principal. Le but principal c'est de jouer mais c'est du bonus et on prend. Je me sers de ces apprentissages dans ma vie de tous les jours. Yu-Gi-Oh c'est un peu comme une école pour moi. ». Il conclut : « Yu-Gi-Oh c'est le truc qui m'a le plus apporté dans ma vie. ». Je coupe l'enregistrement. Lui et moi nous levons et rejoignons le lieu du tournoi. La nuit commence à tomber. La compétition se poursuivra tardivement dans la soirée. Malheureusement aucun de ses coéquipiers ne parviendra à s'approcher du tant convoité « top 10 ». L'équipe clôture quelque peu tristement ce nouveau chapitre de son histoire mais il n'y a pas de raison de se morfondre car à en croire son capitaine leur histoire ne fait que commencer.

A notre époque moderne de surconsommation, il est devenu généralement accepté si ce n'est évident que les produits qui nous sont proposés ont aussi pour fonction de nous démarquer. Ceux-ci ont d'ailleurs gagné une place si importante au sein de notre culture qu'ils en arrivent à forger l'identité propre d'une personne une fois que celle-ci les a infusés d'une symbolique personnelle. L'individu se crée alors sa propre identité à partir de la consommation de certains produits culturels (Marwick, 2005, p. 86). L'identité contemporaine est ainsi définie, en partie, par nos choix de consommateur. Le milieu des jeux de cartes est une représentation on ne peut plus parlante de cette « économie du symbole » (Zwaal 2017, 8). Seulement, comme nous avons déjà eu l'occasion de le constater à travers le cas de Yu-Gi-Oh, les méthodes d'appropriation de son produit culturel fétiche par le joueur ne se limite pas à sa consommation et peut prendre des formes autrement plus complexes et signifiantes, nourries par un corpus de récits qui s'interpénètrent pour donner quelque chose de nouveau.

Cette pratique active d'appropriation aussi singulière qu'elle peut être variée, encouragée par le statut de media mix de la franchise Yu-Gi-Oh, est nommée par Ito « personnalisation and remix » au cours de sa propre étude sur le sujet (Ito 2010, 8). Nous allons donc voir au cours de cette partie différentes façons qu'ont les joueurs de Yu-Gi-Oh de s'approprier puis de personnaliser leur jeu et son microcosme.

Avant de se plonger dans la pratique du jeu en elle-même, il y a un élément de cette appropriation qui apparaît comme une évidence pour quiconque prête une oreille attentive

aux discussions des joueurs de Yu-Gi-Oh, je fais ici référence à son jargon. Je le narrais au début de cette partie, l'une des premières choses qui m'a frappé en commençant mon terrain se trouve être l'hermétisme du jeu du fait de son « dialecte ludique ». « OTK » pour « one turn kill », « staple », « grind », « perçant », « engine », « floater » « meuler », « tuto », « extender » « Chain », « bounce », « Starter », « negate » « norm », « spé », « Pop » ou encore « Brick » sont autant de termes que vous avez de bonne chance d'entendre au cours de ces conversations fort animées et dont la compréhension requiert des connaissances préalables du jeu de cartes et de son jargon.

La prédominance de termes anglais parmi-ceux-ci a trait, comme dans beaucoup d'autres domaines, à l'hégémonie de la langue anglaise dans le monde, mais aussi de façon plus spécifique à l'héritage d'une certaine histoire du jeu de cartes moderne légué à Yu-Gi-Oh par son aînée « Magic The gathering ».

Parmi les termes directement inspirés par le gameplay de Magic, on peut par exemple citer « Bounce » qui désigne un effet qui renvoie à la main de son adversaire une carte présente sur le terrain de jeu. Le terme a apparemment été choisi pour le caractère explicite de l'action qu'il décrit, « Bounce » en anglais signifiant « bondir » ou « faire rebondir » une image proche du résultat forcé par ledit effet. Action aujourd'hui commune à plusieurs jeux de cartes et utile dans diverses stratégies, le mot « bounce » n'a pas tardé à se démocratiser. Le terme « meuler » provient aussi de Magic mais a subi dans son cas une transformation plus poussée. Ce terme est utilisé pour décrire l'action d'envoyer de son deck au cimetière une ou plusieurs cartes. Certains archétypes de Yu-Gi-Oh ont d'ailleurs fait de cette mécanique le cœur de leur stratégie comme c'est le cas des « Seigneur lumière » ou de l'archétype « Vampire ». A son origine l'on trouve le terme « mill » « moulin » en anglais, qui fait référence à la carte de Magic « Millstone » qui représente une meule à grains un peu spéciale et dont l'effet est précisément d'envoyer 2 cartes du dessus de son deck au cimetière (figure 30).

FIGURE 30: CARTE MAGIC MILLSTONE



De façon intrigante, son usage au sein de la communauté Yu-Gi-Oh a gardé une connotation renvoyant au lexique de la paysannerie alors que l'illustration à l'origine du terme ne possède pas d'équivalent dans le jeu de Konami.

Cependant des termes uniques nommés d'après ses propres mécaniques de jeu ou ses cartes, Yu-Gi-Oh en a également créés un certain nombre. On peut citer ici le terme « Negate » qui désigne l'annulation d'un effet de cartes par un autre et témoigne de la fréquence d'interaction considérable entre chaque joueur au cours d'un duel. Ou bien le terme « foolish » nommé d'après la carte « Foolish Burial » et qui en référence l'effet, à savoir celui d'envoyer une carte de son deck au cimetière. Dans le même ordre d'idées, bien qu'un peu plus spécifique, on peut aussi mentionner le terme « Tower » qui désigne une carte puissante qui a une ou plusieurs immunités aux effets nommés d'après la carte « Apoqliphort Towers » qui exemplifie justement cette résistance et a suffisamment marqué la méta de son époque pour transfigurer sa nature première et devenir ainsi un terme du jargon.

Ce qu'il y a d'intéressant avec les termes de Yu-Gi-Oh susmentionnés est que l'intégralité d'entre eux sont non officiels et donc nés des échanges, besoins et expériences de la communauté au fil des années au point de former un langage à part entière. Ce langage n'aura pas manqué de construire pour ces joueurs une certaine localité, voire intimité, liées à leur jeu favori qui s'inscrit sans aucun doute dans un processus d'appartenance et d'appropriation de l'univers de leur médium.

Dans « Homo Ludens », Huizinga parle de cette construction mentale comme d'« un sentiment de vivre ensemble dans l'exception », une exception qui se soustrait aux normes générales de la société et exerce ce faisant une séduction bien particulière sur les joueurs qui y contribuent, en l'occurrence, par la personnalisation de leur vocabulaire (Huizinga 1988, 30).

Comprendre le jeu est important mais, même avec la meilleure volonté du monde, il est rare de pouvoir s'y adonner s'en s'être délesté au préalable d'une modique somme. Et cela tombe bien car l'économie du jeu est également un domaine de Yu-Gi-Oh où les joueurs exercent leur désir d'appropriation. En effet, s'il existe bien une économie de Yu-Gi-Oh « officielle » avec des prix fixes validés par son éditeur, l'économie du jeu la plus vivante et riche d'un point de vue anthropologique existe en parallèle des canaux de distribution classique.

« Les joueurs font l'économie » est une phrase que j'ai entendue à de multiples reprises par ceux que j'ai interrogés à ce sujet mais dont je n'ai réellement saisi la portée qu'une fois le moment venu de monter mon propre deck. Sur le site « card market », véritable plaque tournante du commerce de cartes Yu-Gi-Oh, l'on achète les cartes à l'unité dont le prix est défini par le cadre offert par le jeu au cours d'une période donnée. Ainsi, en fonction des tendances, de la banlist, de la méta, des rééditions, de l'état ou encore de la rareté de certaines cartes va se créer une scène d'achat et de vente basée, en bonne partie, sur la règle de l'offre et de la demande qui n'a pas grand-chose à envier au fonctionnement des institutions boursières de Wall Street.

De nouvelles cartes sont introduites dans le jeu et sont plébiscitées pour leur efficacité, les cartes à même de les contrer vont gagner en valeur. Une réédition est prévue pour une ancienne carte qui était jusqu'alors plutôt difficile à se procurer, son prix initial va

naturellement baisser. Une carte des plus utiles qui jusque-là était limitée par la banlist à un exemplaire dans le milieu compétitif se voit ramenée à trois exemplaires utilisables selon les règles officielles, son prix va avoir tendance à baisser. Il ne s'agit là que de quelques facteurs à l'origine des fluctuations de l'économie du jeu qui entraînent toutes sortes de spéculations et négociations au sein du cercle des joueurs. Comme exemple concret de ces variations, l'on peut citer le cas de la carte « Le Plumeau de dame harpie » qui fut retirée inopinément de la banlist en 2020 après y avoir élu domicile tout au long des 16 dernières années, la rendant inutilisable en compétition pendant plus d'une décennie. La carte, des plus iconiques, en plus d'avoir un effet lui permettant d'intégrer facilement toutes sortes de deck, verra alors son prix augmenter fortement passant de 20 à 60 euros pour celles pouvant prétendre à la rareté la plus haute et de 2 à 20 euros pour les exemplaires plus standards. Après que des rééditions de ladite carte aient été annoncées par Konami, « Le Plumeau de dame harpie » perdra à nouveau en valeur pour redescendre à un prix avoisinant les 15 euros pour les versions les plus rares et à 5 voire 2 euros pour les versions standards.

La rareté d'une carte, comme on vient de le voir, joue un rôle des plus important dans l'évaluation de sa valeur. La rareté peut changer en fonction de ses diverses itérations qui dépendent de la date de son édition ou réédition mais aussi et surtout de légères variations dans son design. Pour n'en citer que deux types, les cartes dites « Gold rare » par exemple présentent, comme leur nom l'indique, des bordures et un nom doré étincelant alors que les « Ultimate rare » profitent elles d'un effet de relief et d'une finition holographique brillante qui enveloppe toute la carte.

Enfin, il faut aussi prendre en compte l'évaluation de la carte qui statue sur son « état de santé ». Il existe ainsi sept notes que peut recevoir une carte : « Mint » pour une carte en parfait état, « Near Mint » pour une carte qui présente des défauts mineurs, « Excellent » pour une carte un peu usée sans que cela soit excessif, « Good » pour une carte qui montre des traces d'usage répété et bien visible, « Played » pour une carte en mauvais état des suites d'une utilisation intensive, « Poor » pour une carte presque détruite qui a été endommagée pour d'autres raisons que son usage et enfin « Light played » qui constitue un entre deux entre « Played » et « Good » lorsqu'il devient difficile de trancher.

L'évaluation de ce statut est une affaire très sérieuse et pointue au sein de la communauté qui, bien qu'elle soit parfois effectuée par les joueurs, doit idéalement être conduite par un agent privé dont c'est le métier.

A titre d'exemple, l'un des magasins québécois que j'ai visité engendre une partie non négligeable de ses revenus en ouvrant des « boosters » et en plaçant immédiatement sous protection les cartes rares obtenues par ce biais afin de les revendre ensuite au meilleur prix, celles-ci n'ayant jamais été utilisées. Cette méthode est d'ailleurs si rentable qu'elle permet en amont au propriétaire dudit magasin d'accumuler suffisamment d'argent pour faire de son magasin une réalité.

Une carte qui a pour elle une bonne évaluation de son état et cumule effectivité et rareté peut aisément voir son prix atteindre plusieurs centaines si ce n'est milliers d'euros. Il y a à peine quelques mois, à l'heure où j'écris ces lignes, pour être précis le 29 Avril 2023, la carte unique « Tyler The Great Warrior » a été vendue pour le prix de 311 211 dollars sur ebay à la suite d'une session d'enchère des plus intenses en faisant de cet achat de carte vérifiable le plus couteux de toute l'histoire de Yu-Gi-Oh (figure 31).

FIGURE 31:VENTE TYLER THE GREAT WARRIOR



En 2018, l'on apprenait qu'une version japonaise du « Dragon Ultime aux Yeux Bleus » créée spécialement pour servir de prix au Championnat d'Asie de 2001 avait été estimée à 45 millions de yens (environ 400 000 €). A en croire une photo prise en 2020 elle

attendrait toujours au magasin « Card Shop Spiral » situé à Akihabara le duelliste assez fou ou fortuné pour se la procurer (figure 32).

FIGURE 32: DRAGON ULTIME AUX YEUX BLEUS AKIHABARA



D'habitude peu présent dans le milieu de Yu-Gi-Oh qui est avant tout un jeu compétitif, ce type de cartes au prix gonflé par son statut « collector » existe pourtant bel et bien. Celles-ci représentent alors un véritable trésor aux côtés d'autres cartes pour des raisons parfois aussi simples que l'affection ou l'effectivité. Mais une fois acquises, comment s'assurer que ces cartes qui nous sont chères gardent toute leur flamboyance sur la durée ? C'est ici qu'intervient le rôle des protèges-cartes ou protections communément appelées « sleeves » et des classeurs.

Les sleeves sont des accessoires qui ont la forme de petites pochettes plastifiées vendues par Konami ou d'autres entreprises spécialisées telles que « Dragon Shield » et dont

l'objectif est de protéger de l'usure les cartes des joueurs. Certaines cartes relevant d'une rareté particulièrement importante font même l'objet d'une protection à base de deux sleeves placées l'une sur l'autre. Combien de fois au cours de mon terrain ai-je entendu dire un joueur d'un air entendu à propos d'une carte rare « Celle-là tu la double sleeve au moins ! » et son camarade d'opiner du chef.

L'usage d'une sleeve, déjà une preuve de personnalisation en soi, poussant parfois ce degré d'appropriation au niveau supérieur avec ce que l'on appelle des « sleeves custom », en somme, des protèges cartes dont l'illustration présente à l'arrière a été « customisée » par un fan. De tous les joueurs que j'ai rencontrés au fil de mon étude, pas un seul ne faisait l'économie de ces protections aussi prisées qu'utiles et signifiantes, preuve supplémentaire du haut degré qu'atteint l'acte de personnalisation ancré dans la culture du jeu de Konami.

Signifiant, l'usage qui est fait des classeurs l'est aussi. Véritable musée portatif à l'apparence sobre ou à l'effigie des figures les plus connues de la saga, le classeur des joueurs de Yu-Gi-Oh peut en dire long sur la façon dont ces derniers vivent leur passion. Les cartes qui y figurent, leur rareté, leur quantité ainsi que leur méthode de rangement m'ayant révélé, plus d'une fois, certains traits de personnalité propres au joueur avant que lui-même ne m'en fasse part.

Une fois que le jargon lui est familier et que les méthodes d'obtention de cartes n'ont plus de secret pour lui, il est temps pour tout duelliste en devenir de passer à l'étape cruciale de son parcours de joueur : celle de la construction de son deck.

Du fait, entre autres, des évolutions de sa banlist et de sa méta, Yu-Gi-Oh est un jeu d'adaptation plus que de constant changement. Une fois un deck construit, il est en général là pour durer. Ainsi, bien que nombre de joueurs ont pu monter plusieurs deck au cours de leur parcours, il est rare que ceux-ci en changent régulièrement, pour des raisons financières mais aussi et surtout parce qu'un deck une fois construit n'est pas acquis, il s'apprend et s'améliore à l'image d'un vieux grimoire n'ayant pas livré tous ses secrets, laissant alors au joueur une large marge de progression.

Le « deck building » comme on l'appelle au sein de la communauté en devient alors un acte des plus réflexif et demande au joueur de se questionner sur ce qui l'attire dans sa pratique du jeu mais aussi sur ce qu'il souhaite accomplir avec le deck qu'il aura en main ; quelle stratégie celui-ci va-t-il lui permettre de mettre en place et comment faire en sorte que cette dernière soit payante ? Pour le joueur qui ne souhaite pas gravir les plus hauts sommets du monde compétitif, il est commun d'être guidé dans ce processus par deux éléments majeurs : l'affection que chacun porte à ses cartes pour des raisons thématiques, mécaniques ou de design et leur efficacité en jeu.

Jeu compétitif avant tout, il ne faut cependant pas sous-estimer l'importance que revêt pour les joueurs de Yu-Gi-Oh le facteur affectif dans le choix de leurs cartes. À la question de mon questionnaire qui porte sur ce que les joueurs ont en tête avant tout lorsqu'ils construisent leur deck, la majorité des questionnés répondra « Choisir des cartes qui te plaisent » à savoir 12 personnes, alors que neuf répondront « Son efficacité, ses qualités compétitives ».

Un capitaine d'équipe de Yu-Gi-Oh ayant participé au tournoi régional où je me suis rendu en France m'a offert sur place une entrevue au cours de laquelle il m'a confié l'attachement qu'il porte à son deck de cœur basé sur l'archétype « Abysse Ardent », un deck qu'il jouait depuis plusieurs années mais qui au vu de la méta actuelle est peu viable à haut niveau au grand dam de son possesseur. A l'occasion de ce tournoi, il avait choisi d'utiliser un autre deck pour lequel il avait « eu le coup de foudre » basé cette fois sur l'archétype « Âmépée ». Joueur de longue date, le capitaine m'a tout de même confié se sentir s'éloigner progressivement de la scène compétitive de Yu-Gi-Oh par lassitude. Ainsi il espérait avec ce tournoi offrir à son deck un dernier « baroud d'honneur » en souvenir du temps passé ensemble avant de se décider à s'en départir pour une durée indéterminée, chose qu'il exprime dans cette entrevue non sans un certain pincement au cœur.

D'après mon expérience sur le terrain, il est plutôt rare que quelqu'un qui a employé un même deck au cours de longues périodes de sa vie de joueur n'ait pas développé, à minima, un semblant d'affection à son égard quand il n'est pas question d'un véritable lien tissé au fil d'événements quotidiens, victoires, défaites et optimisations. La raison derrière cela

a, selon moi, à voir avec le fait que les joueurs qui affichent un certain attachement à leur deck le voit, à divers degrés, comme une extension de leur personne. Il s'agit en effet d'un ensemble de cartes qu'ils ont méticuleusement choisies une par une pour atteindre le but qu'ils se sont assigné., celui-ci pouvant aller de devenir le meilleur duelliste du monde à simplement passer un bon moment avec des personnes qui leur sont chères. Certains préfèrent dans cette quête mettre en avant à travers leur deck une certaine esthétique d'eux-mêmes alors que d'autres privilégieront l'effectivité mais dans les deux cas le deck choisi devient l'hôte de l'imaginaire de son propriétaire, porteur de ses ambitions et de ses espoirs et à terme éventuellement de ses accomplissements et souvenirs. Je dirais alors qu'il y a autant de raisons de se mettre à jouer à Yu-Gi-Oh qu'il y en a d'en venir à apprécier son deck.

A très haut niveau, il est cependant difficile de remporter la victoire avec pour principal critère pour la construction dudit deck l'affection initiale que l'on porte aux cartes que l'on désire jouer. Difficile mais pas impossible comme le prouve par exemple la victoire de l'actuel Champion de France de Yu-Gi-Oh que j'ai eu la chance de pouvoir rencontrer et qui m'a expliquait avoir remporté le tournoi national de 2022 avec son deck de cœur « Dragon Link », alors peu connu de la méta, basé en premier lieu sur son amour des monstres dragon.

Le deck apparaît donc comme l'un des « outils » offerts par l'univers de Yu-Gi-Oh le plus riche en possibilités d'appropriation et de personnalisation par ses joueurs. Sa phase de construction propose au duelliste un espace où ils peuvent exercer toute leur créativité et laisser parler leur personnalité. Une autre raison qui fait de ce processus quelque chose d'unique au jeu de Konami a trait au nombre remarquable de cartes disponibles mais surtout autorisées pour mener à bien cette tâche.

En effet, Yu-Gi-Oh, à la différence de ses concurrents sur le marché tels que Pokemon ou Magic the gathering, autorise en compétition officielle, à l'exception de celle bannies, toutes les cartes publiées depuis la création de son jeu. Pour l'observateur extérieur, cela peut sembler aller de soi mais ce serait mal connaître le milieu du jeu de cartes dont tous les plus importants représentants imposent une limite d'ancienneté de deux ans ou moins aux cartes utilisables en compétition. Cela dans le but de forcer une rotation des différents

deck afin de faire de la place aux nouveautés à venir tout en évitant les risques de stagnation de la scène compétitive. Le système mis en place par Yu-Gi-Oh fait alors figure d'exception et ses conséquences sont aussi fascinantes que singulières.

Ainsi, il n'est pas rare que quelques mois, si ce n'est quelques semaines seulement après la sortie de nouvelles cartes, Konami soit obligé de bannir certaines d'entre elles par la faute de joueurs trop zélés qui ont combiné les effets de ces dernières avec ceux de cartes vieilles de 20 ans, créant alors des stratégies que l'éditeur n'aura pas pu prévoir venant bousculer pour le meilleur comme pour le pire l'équilibre de la scène compétitive.

C'est une pratique que l'on pourrait rapprocher de ce que Jenkins appelle le « community knowledge » qui caractérise la capacité des adopteurs de média mix à mettre en commun leurs connaissances pour dépasser le cadre mis en place par les entreprises qui conditionne l'usage de leur produit en usant de ce savoir pour négocier leur place au sein de cultures qu'ils affectionnent (Jenkins 2006, 27). Au cœur de cette nouvelle dynamique, le consommateur de produits culturels joue un rôle de premier plan dans l'évolution de ces formes de culture moderne qui font toujours davantage appel à son agentivité ainsi que son désir de personnalisation.

Ses cartes choisies, son deck construit, le joueur est donc maintenant fin prêt à entamer la dernière étape de son voyage initiatique à la pratique de Yu-Gi-Oh, à savoir, précisément, sa pratique. Autrement dit : c'est l'heure du duel !

Et c'est au cours de ces duels que vont se révéler aux yeux de tous les aspirations dont le joueur a investi son deck, créant une distinction des plus prégnantes au sein de la communauté qui fait partie intégrante de l'ADN de la franchise depuis ses tout débuts, je veux parler de la distinction entre les joueurs « fun » et les joueurs « méta ».

Comme nous l'avions mentionné dans notre première partie, c'est dès la fin des années 90, alors que le jeu de Yu-Gi-Oh est encore dans sa phase infantile, qu'il va être possible de déceler les prémises de ce phénomène socio-culturel qui n'a depuis cessé de se complexifier. De fait, déjà à l'époque, des joueurs attirés par la promesse de reproduire les duels tels qu'ils se présentent dans l'anime ou le manga vont se heurter aux réalités d'une scène compétitive qui gagne rapidement en complexité.

A cette époque, Konami ne le savait sans doute pas encore, mais en basant son jeu de cartes sur une œuvre de fiction qui fait avant tout du jeu un vecteur de sa narration sans réelles aspirations de le voir se démocratiser compétitivement, l'entreprise japonaise va lentement mais sûrement aliéner une partie de son public à ce qu'est appelé à devenir le jeu de carte Yu-Gi-Oh. On le comprend avec des termes tels que « deck de cœur » et « méta », il existe au sein de la communauté Yu-Gi-Oh une distinction assez marquée entre ceux qui désirent jouer pour s'améliorer en vue de concourir compétitivement et ceux qui placent le plaisir de jeu au cœur de leur préoccupation. Je tiens tout de même à préciser ici que j'emploie à dessein le mot « distinction » et non celui de « division » car cette réalité n'empêche pas nécessairement la bonne cohabitation de ces deux types de joueurs, certains passant d'ailleurs allégrement d'un groupe à l'autre sans aucun problème. D'ailleurs, il existe, contrairement à ce qu'on pourrait penser, un certain nombre de points communs à ces deux profils. Tous deux souhaitent, pour la plupart, gagner et s'amuser, la différence majeure entre eux résultant avant tout du degré d'importance accordé à chacun de ces critères de satisfaction. Cependant, de ces différentes aspirations vont naturellement naître différents objectifs qui peuvent en certaines occasions entrer en conflit.

Une joueuse française croisée au cours de mon terrain fait office de cas d'école en la matière. D'abord très bien accueillie par la communauté de son village qui lui explique les ficelles du jeu et qui l'aide à s'améliorer, elle va dans un deuxième temps être dégoûtée de Yu-Gi-Oh par les membres de cette même communauté qui vont la battre à plusieurs reprises avec des deck méta contre lesquels elle était impuissante. Elle décrit cette expérience comme « décevante » car je cite : « j'affectionnais ces joueurs qui m'avaient appris beaucoup de choses. ».

Quand elle s'est présentée sur le lieu de mon terrain, elle revenait d'une assez longue pause dans sa pratique du jeu des suites de ces mauvaises expériences et militait au sein du magasin pour créer des sessions « fun » au cours desquelles les joueurs participants emploieraient exclusivement des deck non compétitifs supposément libérés, selon ses termes, du joug des « relous avec la méta ». Son slogan « Faites du fun ! » est apparu sur plusieurs des pages du questionnaire que je lui ai donné à remplir à l'occasion de mon enquête. Sa proposition rencontrera d'ailleurs un certain succès au sein des habitués du

magasin de jeu en France où j'ai longuement enquêté, un lieu composé pourtant en large majorité de joueurs chevronnés et axés sur la compétition, preuve supplémentaire que ces deux visions du jeu n'ont rien d'irréconciliable.

Sur mon second terrain, au Québec cette fois, une distinction similaire dans l'approche du jeu animera une certaine rivalité entre deux boutiques de jeux de cartes de la même ville où j'ai réalisé mes travaux. Certains représentants de la première m'ayant affirmé que le public de la seconde était plus « casual », comprendre, plus porté sur une pratique du jeu en dilettante par opposition à un véritable désir de suer sang et eau pour s'améliorer qui caractériserait selon eux leur clientèle.

Ces différentes appréciations du jeu culminent dans le terme péjoratif « méaslave » qui est employé pour qualifier les joueurs qui semblent n'avoir que pour seul objectif de gagner et vont dans ce but composer exclusivement leur deck des cartes les plus effectives dans le contexte de la méta actuelle. C'est un comportement qui en fait pour certains des esclaves de ladite méta.

La question ouverte de mon questionnaire « Quelle est ton opinion sur ceux que l'on surnomme les « méaslave » » ayant apporté son lot de réponses intéressantes :

« Logique »

« Connards ! »

« C'est une façon de jouer au jeu comme une autre, mais ce n'est pas la façon que j'aime et je trouve que ça ampute une partie du plaisir ».

« Pour moi le fait de jouer méta ou la liste (de cartes) de quelqu'un d'autre n'est pas un problème et ne devrait pas être reproché aux joueurs ».

« Ils gâchent le jeu pour certaines personnes, c'est plus dur de prendre du plaisir en jouant avec eux (mais pas impossible). Beaucoup de gens arrêtent le jeu à cause de ce type de joueurs ».

« Je peux comprendre ».

« J'ai pitié d'eux, je trouve qu'ils ne s'amusent pas ».

« Ils me donnent l'impression de n'obtenir le plaisir que dans la victoire (même si des fois cela se fait aux dépens de leurs adversaires). Je préfère m'amuser pendant le match pour la réflexion et après en discutant avec mon adversaire, ce sont donc pour moi des personnes ayant oublié ces plaisirs »

« Ils n'ont aucune personnalité »

« Je ne vois pas d'un mauvais œil le fait de jouer les meilleures cartes, il s'agit de la première décision à prendre lorsque l'on se prépare. En revanche, beaucoup de joueurs moins expérimentés le font sans chercher à s'améliorer en tant que joueurs, et s'étonnent du résultat »

« Pas fan car je ne suis pas un joueur de méta. Mais je comprends que ce soit plus tentant de gagner en jouant la méta »

« Neutre, ils font ce qu'ils veulent vis-à-vis du deck qu'ils jouent. Néanmoins, j'ai une opinion négative vis-à-vis de ceux qui se contentent d'acheter le meilleur deck dans le but de gagner mais sans essayer de comprendre le jeu »

« Je n'en connais pas personnellement, mais je me demanderais s'ils s'amuse réellement, ou s'ils sont plutôt concentrés sur des aspects du jeu qui ne font que gonfler l'égo. Peut-être n'ont-ils pas la confiance pour jouer autrement, c'est-à-dire prendre des risques ou jouer avec le cœur »

Le terme « metaslave » faisant référence au comportement le plus extrême que peut adopter un joueur méta, il déclenche logiquement des réactions des plus appuyées. Toutefois cela n'empêche pas de voir dans ces témoignages une illustration vibrante de la distinction entre fun et méta.

La distinction entre joueur fun et joueur méta relève de l'appropriation en cela qu'elle exemplifie différentes approches du jeu de Yu-Gi-Oh, différentes raisons d'en venir à se plonger dans cet univers ludique. Les gens viennent y chercher des choses différentes et endossent alors dans ce but différents « persona » qui maintiennent toujours une certaine familiarité avec la personne « cachée » derrière leur masque de joueur. Un persona qui tend à s'exprimer aussi bien par le style de jeu que par le choix de cartes favorisé par chacun. Selon ce paradigme il apparaît donc logique que Yu-Gi-Oh représente un espace

d'expression pour des personnalités variées qui viennent donner au jeu mais aussi souhaitent en retirer quelque chose. Au final, joueur « méta » ou joueur « fun », les parcours de duelliste dont j'ai été témoin semblent montrer qu'il existe une place pour les deux à la condition que leurs représentants en viennent au duel pour les bonnes raisons. Un joueur que l'aspect compétitif passionne pourra éventuellement au cours de son parcours se retrouver taxé de « metaslave » mais cette dénomination ne saurait lui coller à la peau si ses aspirations sont honnêtes et vraies et se trouvent reconnues comme telles. Au contraire il y a plus de chance que, si celui-ci brille par sa détermination et son talent, il soit rejoint par des joueurs qui partagent son appréciation du jeu. C'est d'ailleurs souvent selon ce pattern que se créent les teams compétitives de Yu-Gi-Oh comme c'est le cas avec la team que j'ai suivie au tournoi ayant pris place dans le Sud de la France. Dans le même temps, quelqu'un qui joue fun pour laisser s'exprimer un amour sincère du jeu quelque peu bridé par la méta ne devrait pas avoir de mal, de par les points communs qu'il partage avec ses camarades duellistes, à trouver au sein de chaque strate de la communauté des gens heureux de s'affranchir un temps des implications d'un duel disputé à haut niveau. De ce que j'en ai vu, dans un milieu de passionnés tel que Yu-Gi-Oh, les gens qui se comprennent par le biais de leur passion ont tendance à s'attirer mutuellement puis idéalement à se comprendre par leur pratique du jeu avec un minimum de jugement émis sur la façon dont chacun vit cette passion qu'ils ont finalement en commun.

Mais dans ce cas, si la sincérité de la démarche du duelliste détermine en large partie la réception de son style de jeu et de sa position au sein de la communauté, qu'en est-il lorsque des gens en viennent à jouer à Yu-Gi-Oh pour des mauvaises raisons ?

Pour tenter de répondre à cela nous allons à nouveau prêter une attention toute particulière aux réponses données à la question portant sur les metaslaves. A partir de celles-ci l'on parvient alors à voir se dessiner une sous-catégorie de joueurs qui semble quelque peu dépréciée, à savoir ceux qui ne font pas l'effort de « comprendre le jeu ». En somme il s'agit de ceux dont le comportement n'est pas à la hauteur des standards établis par le milieu socio-culturel de Yu-Gi-Oh. Et, d'après mon enquête de terrain, j'ai toutes les raisons de penser que l'explication derrière cela a trait aux raisons qui poussent ces individus à jouer au jeu de cartes de Konami.

Dans son texte « Heart of the Cards: The Underlying Social Framework of the Yu-Gi-Oh Community », le chercheur Kendall Nagi note l'existence de façons de jouer jugées inacceptables par les joueurs bien qu'elles soient conformes aux règles officielles. D'après les termes employés par les duellistes eux-mêmes pour décrire ces actes, l'auteur les nomme « Degenerate plays » (Nagi 2021, 13). Une façon de jouer peut être jugée comme dégénérée si elle ne mobilise pas à un degré suffisant la richesse du « gameplay » de Yu-Gi-Oh ainsi que les capacités attendues de la part d'un habitué du jeu.

Certaines des réponses obtenues sur le sujet des métagames font déjà allusion à ce type de joueur qui se procure des cartes censées lui obtenir une victoire facile, un comportement qui à en croire certains témoignages, est préféré, entre autres, par ces joueurs car il les exempte de se donner le mal de véritablement s'améliorer ou comprendre le jeu.

À la question de mon questionnaire « Penses-tu que certains joueurs optent volontairement pour une stratégie moins technique, qui les conduit à jouer un deck plus facile pour gagner en faisant moins d'efforts ? », 83 % des interrogés répondront par l'affirmative. Conjugué avec les observations de Nagi ainsi qu'avec les témoignages que j'ai moi-même recueillis, ce pourcentage élevé tend à prouver qu'il existe bel et bien un profil de joueur dont la stratégie repose essentiellement sur l'usage de ces « degenerate plays ».

Nagi donne comme exemple de ceux-là l'emploi de certains decks dits « control », des decks qui reposent sur la capacité des cartes qui le composent à retirer à son adversaire des options de jeu. Ma propre recherche corrobore cette observation. À titre d'exemple, il me sera fait mention à plusieurs reprises au cours de mon terrain d'une carte appelée « Mine mystique » de son nom anglais « Mystic mine » qui a pour effet d'empêcher le joueur adverse d'activer les effets de ses monstres ainsi que de déclarer une attaque du moment que ce dernier possède plus de monstres sur le terrain que son opposant. « Mine mystique » m'a alors été décrit par nombre de joueurs comme antithétique à la notion de plaisir de jeu. La carte magique, de par sa facilité d'utilisation et son faible coût, ne propose pas une forme d'adversité stimulante pour celui qui y est opposé mais engendre davantage chez lui une frustration née du sentiment qu'on « l'empêche de jouer au jeu ». Ainsi si les gens qui emploient Mystic mine ne sont pas systématiquement honnis par la

communauté, leur façon de jouer fait bien souvent l'objet de critiques par leurs opposants. Le deck « Flundereeze » qui offre à son propriétaire des chances de victoire décentes compte tenu de la simplicité des mécaniques sur laquelle il repose sera aussi cité comme exemple d'un certain type de « gameplay » qui octroie la victoire sans grand effort et ne tire pas pleinement parti du potentiel du jeu de Konami.

Jusque-là l'emploi de pareilles tactiques ne peut pas encore être nécessairement corrélé avec les mauvaises raisons qui amèneraient certains individus à jouer à Yu-Gi-Oh. Seulement l'entrevue que j'ai menée avec un certain joueur va s'appliquer à préciser les choses et à en donner la preuve.

La personne citée, renommé ici Dion, est un joueur aguerri et travaillant dans un magasin de vente de cartes Yu-Gi-Oh qui a pu observer l'évolution de la communauté sur plusieurs années. Son témoignage sur le sujet qui nous intéresse s'avère des plus éclairants. Il emploiera au fil de la discussion le terme « ravagé » pour décrire la mentalité de ces joueurs qui en viennent au jeu pour les mauvaises raisons, une expression qui n'est pas sans rappeler le terme « degenerate » employé par les joueurs cités dans l'étude de Nagi. Ces termes tous deux cherchent à traduire l'abaissement moral, voire psychologique, qui caractérise une certaine façon de jouer ou directement les personnes qui l'emploient.

Voici la retranscription d'une partie des échanges que j'ai eus avec Dion à ce sujet :

Moi : « C'est quelque chose que tu retrouves vraiment au magasin ? Les gens qui viennent te demander des deck de Yu-Gi-Oh ont des profils variés en général ? »

Dion : « Oui je dirais que... Je dirais que c'est assez varié... en termes de... d'attente vis-à-vis du jeu. C'est très varié à ce niveau-là. Et ça se voit un petit peu sur le profil des personnes que c'est. » (...)

Moi : « Et je me demandais... Est-ce que t'arrives à voir un peu... Les gens qui choisissent tels type de deck est-ce que ça correspond un peu à leur personnalité, à leur caractère ? T'arrive à distinguer ce genre de chose avec l'expérience ? »

Dion: « Complètement. Mais c'est pas une question de gameplay tu vois. C'est pas une question de... Le mec il veut un jeu rapide parce que... Parce que je sais pas... Il marche vite. C'est qu'en fait c'est des mecs qui... En fait tu vois le deck qu'ils jouent correspond

à la vision qu'ils ont du jeu plutôt. Par exemple je sais qu'un mec qui va te demander LE meilleur deck c'est un joueur compétitif. S'il va te le demander mais qu'il te demande pas de conseils c'est quelqu'un qui est un joueur compétitif expérimenté et qui sait où il va et qui en principe a un niveau de jeu au moins décent tu vois. Et tu vas voir par exemple un mec qui va te demander le meilleur deck mais qui va te demander des conseils, qui va te demander la moitié de son deck. « Qu'est-ce que tu penses que je devrais mettre là, là, là ? », tu sais que c'est quelqu'un qui s'investit dans le jeu, tu sais que c'est quelqu'un qui essaie machin mais... Comment dire... C'est quelqu'un qui finit souvent par me revendre des cartes qu'il vient de m'acheter. Du coup tu sais à peu près quelle vision ils ont du jeu. Et par exemple tu vois t'as des deck aussi... C'est un truc que je défends corps et âme pour te dire que je le crois sincèrement même si c'est super péjoratif etc... Mais t'a des deck juste les mecs qui te les prennent tu sais que c'est euh... Des gens qui ont un... Ça va devenir profond je vais jouer le psychologue. »

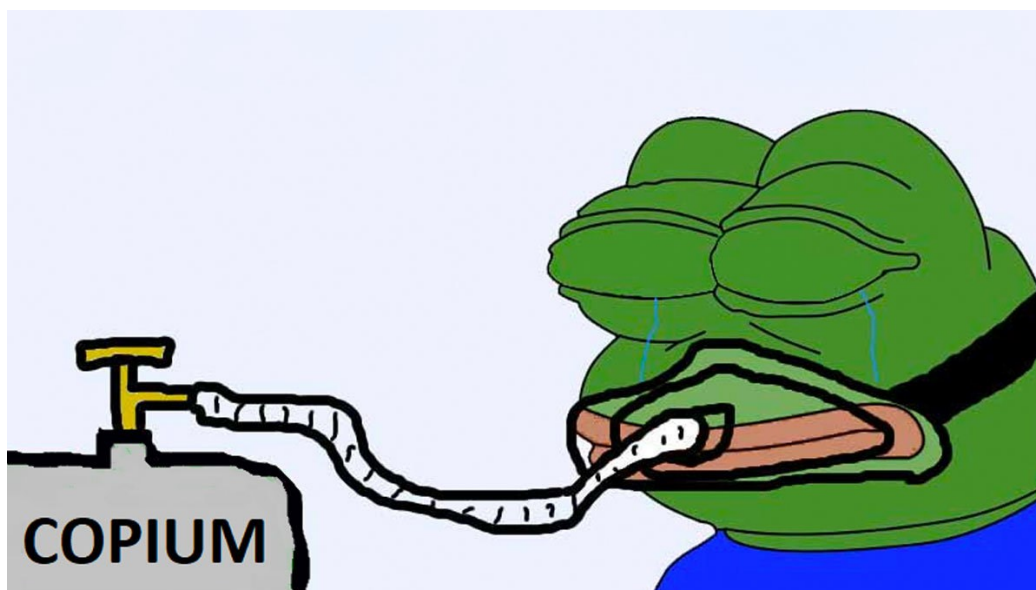
Moi : « Je t'en prie. On est là pour ça un peu. »

Dion: « Ouai mais je... J'en suis persuadé mais je ne peux pas en parler avec ces joueurs-là. C'est des gens, ils prennent un deck, tu sais qu'ils ont des problèmes psychologiques profonds. Mais vraiment sincèrement, j'en suis persuadé. Par exemple tu vois il y a un deck comme « Flundereeze », le mec il demande un deck «Flundereeze » souvent c'est des mecs qui sont ravagés ça se voit sur leur visage (...) « Flundereeze » par exemple tu vois c'est un deck qui est un peu autopilote et qui est moins fort que les meilleurs deck mais qui est quand même décent, mais surtout qui joue des cartes qui gagnent toutes seules si tu les pioches et tu regardes le niveau de jeu des gars tu comprends que... Et tu regardes juste... C'est con, mais je te jure à force de voir la communauté évoluer et de fréquenter des joueurs, il y a des réactions que tu reconnais. Et tu vois quand ils activent la carte ! Le regard qu'ils ont. Ils se prennent pour des « pro-player », c'est abuser !, alors qu'ils ont juste activé une carte. Ils ont cette satisfaction d'avoir gagné malgré le fait qu'ils ont fait aucun effort... Plutôt malgré le fait qu'ils aient... Non c'est plutôt qu'ils se confortent dans leur mauvaise décision. Je sais pas si tu vois ce que c'est le meme du « copium » tu vois ou pas ? Tu sais ce que c'est « to cope » en anglais ? » (figure 33).

Moi : « Oui, oui je vois ouais »

Dion: « En fait en gros c'est « inhale the copium », ça veut dire genre tu fais « non mais t'inquiète »... »

FIGURE 33: MEME COPIUM



Moi : « Je m'en sors bien mais pas du tout ? »

Dion: « Ouais c'est ça et ils se disent ça y est, c'est bon, je suis fort au jeu alors que pas du tout. Mais c'est des mecs qui sont vraiment complètement « delusional » en fait tu vois. (...) Ils sont persuadés de leur bonne décision alors que pas du tout et c'est dramatique car je pense qu'il y a vraiment une partie non négligeable des joueurs qui sont dans ce cas-là et ça me terrifie un petit peu. »

(...)

Dion: « Ils comprennent qu'ils n'arrivent pas à suivre le truc et du coup ils se rassurent en jouant des decks comme ça et ça veut dire que c'est des mecs qui vont perdre tous leurs games (duel) s'ils piochent pas les bonnes cartes. Vraiment... Il y a un truc... Je suis assez sûr de ce que je te dis à force de l'observer et franchement... Des fois... Sincèrement des fois ça fait de la peine en fait. Des fois tu vois le regard des mecs. Tu te

dis il doit avoir aucune reconnaissance dans sa vie personnelle... Ils ont même pas envie de faire les bons efforts dans le jeu... »

Dion: « C'est leur moment de briller mais qui est volé parce qu'ils n'arrivent pas à jouer au jeu. Même ça ils arrivent pas. Après je dis ça... Les dernières phrases que je viens de dire... Je dis ça... Comment dire... Je dis ça de manière assez triste c'est pas pour me foutre d'eux. Je dis pas ça en mode « Ah regarde le, le nul ! ». Non c'est juste genre, la vie de ces mecs elle doit être tellement triste. Et souvent les mecs comme ça, quand j'apprends à les connaître, effectivement, c'est des mecs qui ont une vie très triste tu vois. »

(...)

Dion: « C'est probablement le moment pour eux d'oublier ce qu'ils sont dans la vie à côté, probablement mais en même temps ils sont tellement nuls à ce jeu là, en plus que souvent ils passent même des mauvais moments en fait... En fait ils viennent pas pour passer un bon moment ils viennent pour se rassurer qu'ils sont forts. Pour prendre l'ascendant en fait parce que dans la vie ils prennent jamais l'ascendant et le problème c'est qu'ils sont tellement nuls au jeu aussi parce que juste ils ont pas la bonne mentalité du fait que rien ne va à côté dans leur vie. Encore une fois c'est très psychologie de comptoir mais je... En tout cas c'est ce que je crois et c'est ce que j'ai l'impression que j'observe. »

(...)

Dion: « Ce genre de mec tu l'écoutes il a jamais perdu parce qu'il a moins bien joué que l'adversaire. Il a toujours perdu parce qu'il avait pas de chance, parce que le mec en face a pioché tel truc. Alors que justement comme je t'ai expliqué c'est des mecs qui jouent des decks qui gagnent que comme ça, c'est d'autant plus hypocrite tu vois. Mais oui dans sa tête ce genre de personne ne perd jamais parce qu'il a moins bien joué. C'est systématique il est tilter tout de suite et il t'explique par A + B « Ah oui il avait ça, il a pioché ça... » »

Moi : « Ce que tu disais à propos du niveau... Il y a des gens qui choisissent des decks, des styles de jeu, des stratégies, spécifiquement avec pour but de baisser la difficulté du jeu ? »

Dion: « Oui 100%. »

Moi : « Une des hypothèses que j'avais faites était qu'affronter beaucoup de monde permettait de gérer l'adversité, ça se transposait dans la vie de tous les jours mais dans le cas de ces gars tu dirais que au lieu d'essayer de se dépasser dans un domaine qu'ils pourraient connaître, ils le descendent à leur niveau ? »

Dion: « Absolument. Pour moi ton hypothèse elle se vérifie dans le cas des mecs qui sont plus posés dans leur tête, plus sains dans leur tête. J'ai l'impression que ce plaisir intellectuel là leur permet d'affronter l'adversité même en dehors du jeu, l'un nourrit l'autre et ils progressent comme ça. Mais pour les « so called » ravagés ils ont tellement un rapport dégueulasse à l'adversité qu'ils se rassurent en jouant à Yu-Gi-Oh avec ces decks là (...) Je suis intimement persuadé qu'il faut qu'on te confronte pour que tu t'améliores pour tout et du coup ça me fait beaucoup de peine de voir ces gars, de voir comment ils gèrent ça. Ils vont être en mode « full copium » sur absolument tout, sur Yu-Gi-Oh comme dans leur vie privée et du coup ça se nourrit les deux. (...) Je pense que tu l'as très bien dit, c'est baisser la difficulté du jeu pour que le jeu se mette à leur niveau et du coup ça fait chier quand toi par exemple tu passes du temps à appréhender le jeu à comprendre les mécaniques, à comprendre les interactions, à comprendre les deck de la méta, à essayer de construire ton propre deck pour justement t'adapter et tomber contre des mecs qui font pas cet effort là et vont gagner dans quelques rares cas parce que « t'as pas le droit d'invoquer, t'as pas le droit de ci t'as pas le droit de ça... ». C'est frustrant... Même pour ceux qui ont une bonne approche du jeu c'est frustrant. »

Moi : « Ça veut dire qu'il faut quand même une certaine... Le jeu peut te donner mais c'est quand même à condition que tu viennes avec une bonne mentalité aussi, un désir de progresser sinon à l'inverse ça peut t'enfoncer ? »

Dion: « Absolument, totalement, je pense qu'au jeu, il faut y venir avec une curiosité, un plaisir intellectuel, un truc, un rapport philosophique. Essayer de transposer ce que tu vis dans le jeu dans la vie réelle. Notamment le fameux rapport à l'adversité parce que ce qu'ils font eux ça les ravage toujours plus. Oui, forcément si tu y viens avec une mentalité qui dis « Bah je vais baisser le jeu à mon niveau » ... Les gens qui font ça, ça veut dire que c'est un réflexe animal chez eux de tout baisser à leur niveau et du coup si on baisse

tout à son niveau personne progresse. C'est mettre la médiocrité au pinacle. Et putain voit la gueule qu'on a après. »

A en juger par cet échange, triste est le sort des « so called » ravagés qui, s'ils représentent indéniablement une minorité au sein de la communauté de Yu-Gi-Oh, dessinent un profil de joueur qui illustre à merveille le rôle primordial que joue la personnalité si ce n'est l'identité du joueur dans son processus d'appropriation du jeu. Les joueurs ont des attentes variées vis-à-vis du jeu de cartes de Konami, mais la mentalité avec laquelle ils vont à la rencontre de ces attentes va être déterminante dans le résultat de cette conjonction. On voit alors comment la complexité de la personnalité d'un joueur, ses travers comme ses vertus, peut s'exprimer au travers des duels comme au travers de son choix de cartes qui elles-mêmes reflètent ses aspirations. On observe également comment quelqu'un qui voit dans sa pratique de Yu-Gi-Oh le prolongement de ses hantises ou à l'inverse de ses désirs mélioratifs peut être autant détruit par le jeu que celui-ci peut l'aider à grandir. Ainsi, comme nous avons pu le voir tout au long de cette sous partie, en tant que « canevas » pour l'expression de ses joueurs, Yu-Gi-Oh offre une quantité proprement remarquable de façons de personnaliser son expérience en tant que duelliste. C'est un produit culturel complexe et complet à qui sa communauté le rend bien et qui pour le meilleur comme pour le pire aime et invite à être valorisé en tant qu'imaginaire et pratique d'une expérience transformatrice.

Ces dernières observations nous conduisent à proposer une première typologie des joueurs que l'on peut, de façon il est vrai assez schématique, classer en trois grands profils : les joueurs « fun » qui placent le plaisir du jeu au-dessus de la recherche systématique de la victoire, les joueurs « méta » pour qui la victoire constitue le but principal de leur implication dans le jeu et les joueurs qualifiés par certains de « ravagés » qui recherchent en vain dans le jeu un palliatif à leur propres insuffisances et limites.

Dans son livre « Les jeux et les hommes », Roger Caillois parle du fait que le jeu en tant que simulation du réel existe pour répondre à certains besoins humains (Caillois 1967, 125). D'après les réflexions de l'auteur l'on comprend que la complexité d'un jeu est souvent proportionnelle à la complexité des besoins auquel ledit jeu cherche à répondre. Partant de ce postulat, l'on peut légitimement penser qu'un jeu de réflexion moderne tel

que Yu-Gi-Oh, qui a connu au fil des années une indubitable complexification, a aussi fait montre de ce type d'évolution pour répondre plus ou moins directement aux besoins de joueurs modernes toujours plus complexes. Ce qui, entres autres choses, expliquerait aussi son succès.

Si le jeu de Yu-Gi-Oh est à même de révéler des mentalités et personnalités complexes, c'est parce que le jeu lui-même est complexe. Et dans nul autre aspect qui constitue l'expérience de Yu-Gi-Oh cette complexité ne s'exprime-t-elle de façon plus manifeste que dans son gameplay. Un gameplay unique qui se caractérise par l'interactivité à laquelle il enjoint, interactivité décisive qui sera le sujet de notre troisième et dernière sous-partie.

Interactivité décisive : ce que nous apprend le duel

« Un défaut majeur d'après toi dans la communauté Yu-Gi-Oh ? » La réponse ne se fait pas attendre : « Ils lisent pas leurs cartes ». Un éclat de rire s'ensuit. « Non mais c'est vrai ça ou c'est juste une plaisanterie ? » Demandais-je alors. « C'est une blague mais c'est un peu vrai aussi » me répond mon interlocuteur avec un sourire dans la voix. ZZ et moi sommes assis dans sa chambre pour réaliser un des derniers entretiens prévus dans le cadre de mon étude. ZZ est un joueur de Yu-Gi-Oh depuis plusieurs années mais la compétition n'a que peu d'attrait pour lui. Avec lui j'ai disputé plus de duels qu'avec n'importe qui d'autre au cours de mon terrain. Il a résulté de cette pratique une certaine fluidité dans nos interactions durant le jeu qui, à terme, m'a permis de décrocher ma première victoire au sein de ce microcosme. J'ai bien lu mes cartes, je connais leurs effets, je connais les siens et j'ai su y répondre... Serais-je en train... De devenir un peu meilleur ?

A la question de mon questionnaire « Pourrais-tu qualifier certains duels du jeu de cartes Yu-Gi-Oh comme « intenses » ? » 98 % des joueurs interrogés me répondront par l'affirmative. Pourtant vu de loin, qui plus est pour un œil amateur, une partie de Yu-Gi-Oh ne semble comporter que peu des éléments qui le qualifieraient pour l'obtention d'un tel titre.

Et pourtant...

Parmi les cartes les plus iconiques du jeu de Yu-Gi-Oh il existe une carte du nom de « Pot de cupidité » plus connu d'après son appellation anglaise « Pot of greed » (figure 34).

La voici :

FIGURE 34: POT DE CUPIDITE



Visage goguenard à la limite du grotesque qui attire le regard par ses couleurs criardes, ce qui nous intéresse pourtant pour notre étude ne va pas être le design de ce fameux pot, somme toute des plus réussis, mais plutôt son effet : « Piochez deux cartes ». Avec un effet aussi simple et convenu, l'on serait tenté de considérer le pot d'avarice comme relativement inoffensif et ainsi s'étonnerait-on d'apprendre que la carte a été dès le premier tournoi officiel de Yu-Gi-Oh limitée en nombre pour être définitivement bannie en 2005 ce qu'elle est encore à ce jour. La raison de cela a trait à ce que l'on appelle communément au sein de la communauté Yu-Gi-Oh le « ressource management ». Dans un duel, les cartes sont le nerf de la guerre au point que les joueurs aguerris en viennent à les considérer comme des ressources. L'une des plus importantes compétences à même de conditionner la victoire d'un joueur va donc être sa gestion des dites ressources. Dans un bon deck, la majorité des cartes tend à ouvrir, à celui qui les a en main, un certain champ de possibles, un certain nombre de combinaisons, d'options pour prendre l'ascendant sur son adversaire. A ce compte, il suffit parfois d'une seule carte pour inverser le déroulement d'un duel. Il va donc être crucial pour le joueur de savoir quand et comment activer les effets de ses cartes et quand et comment faire appel à quelles

stratégies pour ne pas gaspiller ses précieuses ressources au cours de duels qui peuvent rapidement prendre la forme de véritables guerres d'attrition. L'on entre alors dans une phase dite de « Grind » ou « Grind Game » qui décrit aussi bien l'acte que le moment du jeu où les joueurs vont par tous les moyens chercher à tirer le plus de bénéfice de leurs ressources, allant parfois jusqu'à en créer afin de survivre suffisamment longtemps pour mettre à jour un combo salvateur ou tout simplement voir son adversaire manquer d'options de jeu. Car en effet, si chaque carte est virtuellement limitée à un certain nombre d'utilisations, le propre de certaines combinaisons ou de certains effets va être précisément d'engendrer des ressources ou d'en « recycler » d'autres. On peut citer à titre d'exemple la célèbre carte « Renaissance du monstre » qui permet d'invoquer sur son terrain depuis le cimetière un monstre qui s'y trouve, ou le monstre à effet « familier vampire » qui permet seulement une fois détruit et envoyé au cimetière de récupérer sous condition un autre monstre vampire directement depuis son deck. L'effet de monstre qui s'active alors en différé et selon le choix du joueur faisant de « familier vampire » une carte qui se joue en deux temps ajoutant à sa « réusabilité ». Et bien sûr, vous l'aurez compris, parmi les « mètres étalons » des cartes génératrices de ressources, nous retrouvons la carte magique « Pot de cupidité », une carte si redoutable qu'elle permet sans contrepartie aucune à son utilisateur de piocher deux cartes lui offrant presque toujours la garantie de s'emparer du « card advantage », une situation dans laquelle un joueur possède en main plus de cartes que son adversaire et est donc plus à même de submerger son opposant en usant du plus grand nombre de ressource en sa possession. Si j'ai choisi de commencer cette dernière sous-partie en commentant la carte « pot de cupidité », c'est parce que celle-ci constitue selon moi un bon exemple de la complexité insoupçonnée du jeu de cartes Yu-Gi-Oh. Souvent l'objet de plaisanteries pour son air quelque peu extravagant et la simplicité de son effet au sein d'une scène qui s'est grandement complexifiée avec le temps, le pot de cupidité n'en recèle pas moins un caractère instructif des plus intéressants. En effet, comprendre les raisons derrière le bannissement de cette carte permet au néophyte d'en venir à appréhender avec plus de justesse le type de jeu que se trouve être Yu-Gi-Oh, un jeu qui accorde une importance capitale à la moindre action qui peut, si elle est exécutée de façon irréfléchie, coûter

quelques tours plus tard, si ce n'est dans l'instant, la partie à celui qui pêche par inattention.

Les erreurs de jeu dans Yu-Gi-Oh sont des plus communes au point que même les joueurs les plus expérimentés ne sauraient y échapper. Les fautes d'inattention, les émotions, l'énergie disponible, bref... « le facteur humain » comme je l'ai nommé dans mon questionnaire constitue l'une des causes majeures de défaite au sein de la communauté des joueurs de Yu-Gi-Oh. Wilhelm, un joueur d'élite, m'a d'ailleurs confié au cours d'une entrevue que lorsqu'il se retrouvait à cours d'options, il n'était pas rare qu'il attende, voire cherche à provoquer, l'erreur de son opposant à coups de bluff ou de « bait », erreur qui lui offrirait alors une chance de retourner la situation. Selon ses propres mots « Quand t'as tout perdu, qu'il ne te reste plus rien, fais confiance à ton adversaire, il peut t'aider ».

Mais si l'inattention, l'inexactitude sont les ennemis mortels de tous les duellistes, c'est aussi et surtout à cause de l'importance du « timing » et du rythme de jeu que peut demander le jeu de Konami : un rythme qui peut se révéler des plus survoltés et qui place l'interactivité et l'inventivité au cœur de son gameplay. Magic The gathering, Pokemon, Hearthstone sont autant de concurrents de Yu-Gi-Oh dont le rythme de jeu est encadré par un système d'énergie. L'énergie ou le mana comme on l'appelle dans Magic et Hearthstone est la ressource principale de ces jeux de cartes et va généralement soit automatiquement soit manuellement être généré tour après tour sans pouvoir se soustraire à certaines limites réglementaires. Ainsi une partie de Magic commencera toujours sensiblement de la même façon avec l'utilisation d'une carte « terrain » qui génère un point de mana. Une seule carte terrain peut être jouée par tour. Pour Pokémon on parle de cartes énergie qui sont également limitées à une par tour avec un effet approchant. Quant à Heartstone la méthode d'obtention de mana est d'autant plus calibrée puisque celui-ci est généré automatiquement au début de chaque tour octroyant au joueur un point de mana supplémentaire. Ces types d'énergies permettent d'invoquer des monstres, de lancer des attaques, d'activer des effets. Elles sont en somme, la ressource à l'origine de toutes les autres et leur obtention graduelle tour après tour va largement définir le rythme de jeu auquel est soumise une partie. Yu-Gi-Oh ne possède pas de système d'énergie. Nous l'avons constaté plus haut, chaque carte dans la main de son propriétaire peut constituer une ressource potentielle à même d'être échangée pour d'autres ou d'en générer d'autres

dès le début de son tour. Et s'il existe bien une limite aux invocations normales de monstres, restreinte elles aussi à une par tour, ce n'est pas le cas des invocations dites « spéciales » qui elles sont illimitées, outre qu'elles ignorent le plus souvent le coût à payer pour invoquer un monstre de haut niveau, à savoir la nécessité d'un sacrifice.

Avec ces deux différences majeures dans son gameplay que sont l'absence d'énergie et le caractère multifonction de ses ressources, Yu-Gi-Oh s'est créé un espace de jeu qui laisse une place remarquable aux combinaisons de cartes qui n'ont en théorie pour seule limite que le nombre de ressources disponibles ainsi que l'inventivité du duelliste qui en dispose. Du fait de ce type de mécanique des plus permissives, Yu-Gi-Oh est devenu le premier représentant d'un exploit en jeu élevant au rang d'œuvre d'art l'élaboration de combinaisons aussi frustrantes qu'elles sont sensationnelles, je veux parler ici des « FTK ». FTK trois lettres à même d'induire la peur dans l'esprit de nombre de joueurs. Le « FTK » pour « First turn kill », version encore plus expéditive du « OTK » qui consiste à vaincre son adversaire après son premier tour, est comme son nom l'indique une stratégie mise au point pour battre son adversaire avant même que celui-ci n'ait eu l'occasion de jouer. Les stratégies FTK sont nombreuses et font partie intégrante de l'histoire de Yu-Gi-Oh, la stratégie privilégiée pour le FTK prenant le plus souvent le nom de la carte le rendant possible.

Les multiples cartes qui permettent ce genre de stratégie sont parfois éditées à plusieurs années d'écart, ce qui ne fait que souligner le savoir et la capacité des joueurs à même de mettre à jours les combinaisons qui rendent ces FTK possible.

Si le FTK exemplifie à merveille la différence de rythmes de jeu entre Yu-Gi-Oh et ses concurrents ainsi que la richesse du jeu de Konami, force est de constater qu'elle est un pauvre exemple de l'interactivité qui caractérise celui-ci en temps normal. Fort heureusement les FTK restent suffisamment rares pour pouvoir être appréciés en tant que plaisir intellectuel pour ceux qui les pensent et comme démonstration spectaculaire pour ceux qui les subissent sans que cela ne ruine l'expérience de jeu d'aucun des deux concernés. Comme le dit fort bien le wiki collaboratif de Yu-Gi-Oh : “ Although FTK decks are generally not looked upon favorably, they still hold value, especially when seen as challenges in using probability to optimize the deck building process. The underlying

math used to aid in the construction of certain FTK engines and in the playing of hands in perfect sequence presents some of the most complex puzzles in the entirety of the game.”

En réalité, la principale raison pour laquelle le FTK est rare, en plus de la difficulté que peut représenter sa mise à jour puis sa mise en œuvre, se trouve être précisément la fréquence d’interaction entre les joueurs. Et par fréquence d’interaction j’entends surtout fréquence d’interruption. Je l’avais brièvement mentionné lors de mon explication de la mécanique de ressources, mais le jeu de Yu-Gi-Oh se caractérise aussi grandement par son application de « timing » qui peuvent se révéler des plus pointilleux. Bon nombre de ces timings seront ceux de « réponse » à un effet activé par son opposant. Par réponse l’on entend alors l’activation d’un effet d’une carte à même d’en contrer un autre. Ce type d’interaction est d’ailleurs si fréquent que la communauté Yu-Gi-Oh a créé et popularisé pour elle-même le terme « Negate » qui décrit précisément l’annulation pure et simple d’un effet de son adversaire par le biais d’un autre effet. L’activation de multiples effets qui se répondent les uns les autres forme ce que l’on appelle une « chaîne » dont chaque effet forme un maillon. Les effets d’une chaîne se résoudront dans le sens inverse de leur utilisation soit du dernier au premier. En plus de cette subtilité le timing d’activation desdits effets peut s’avérer complexe du fait de la nomenclature choisie pour indiquer la temporalité de certains effets qui renvoie à une liberté d’action précise. Prenons ici le célèbre exemple du « lorsque » qui est à l’origine de plusieurs erreurs de timing chez les débutants comme chez certains joueurs au niveau plus avancée. La carte « Falaise Natoria » possède l’effet suivant « Lorsque cette carte est envoyée du Terrain au Cimetière, vous pouvez Invoquer Spécialement un monstre "Natoria" de Niveau 4 ou moins depuis votre Deck en Position d'Attaque face recto. » (figure 36).

FIGURE 35:FALAISE NATURIA



Le terme « lorsque » indique ici que pour l'effet de « Falaise Natria » soit résolu avec succès, l'invocation spéciale qu'il permet doit se faire directement après que celui-ci ait quitté le terrain. L'envoi au cimetière de falaise natria doit donc impérativement être la dernière action en date. Ainsi s'il venait à l'idée du joueur d'envoyer « Falaise Natria » au cimetière en le sacrifiant pour invoquer par exemple, au hasard, le monstre « Lucane Natria » l'invocation de celui-ci deviendrait automatiquement la dernière action en date empêchant l'effet de falaise natria de se résoudre correctement (figure 37).

FIGURE 36: LUCANE NATURIA



L'on parle alors de mauvais timing ou « miss timing ». L'erreur de timing est ici commise par le joueur lui-même mais il existe aussi des cartes visant à en contrer d'autre qui vont volontairement empêcher l'adversaire de rassembler les conditions d'activation d'un effet avant que celui-ci ne s'active le rendant alors inopérant du fait d'un mauvais timing provoqué à dessein pour nuire à son opposant. Le fonctionnement de la chaîne qui résout les effets dans le sens inverse de leur activation initiale invitant à l'utilisation de ce type de stratégie.

Très concrètement, à haut niveau, beaucoup des interactions entre joueurs vont donc reposer sur des tentatives d'action de la part d'un duelliste suivies par les tentatives de blocage des dites actions par un autre joueur toujours en prêtant une attention toute particulière au timing. Ajoutons à cela la notion de gestion de ressources qui demande à

s'assurer d'utiliser la bonne carte au bon moment ainsi que le rythme qui assure à haut niveau une fréquence importante de ce type d'interactions et l'on commence à entrevoir la complexité d'un duel de Yu-Gi-Oh qui tire pleinement partie du potentiel des mécaniques du jeu de Konami.

Si une partie de Yu-Gi-Oh n'est pas nommée comme telle mais prend le nom de duel, ce n'est pas un hasard. Le choix du terme duel a été justement préféré pour mettre en évidence la prégnance des interactions que Kazuki Takahashi voulait pour son jeu. Un jeu qui rappelle le s'est trouvé au cœur d'un manga de combat qui s'est choisi pour spécificité de ne pas faire s'affronter ses protagonistes avec leurs poings mais par le biais de jeux. Ainsi les duellistes croisent le fer par l'intermédiaire de leurs cartes, et font ployer le genou à leur adversaire en les noyant sous un torrent d'assauts, de pièges, et de magie jusqu'à que celui-ci à court de ressources, percé dans ses défenses, morde la poussière, vidé de ses dernières forces, dépouillé de ses derniers points de vie.

Pour étendre cette métaphore à une comparaison l'on pourrait dire de jeux tels que Magic the gathering, Pokemon ou encore Hearthstone qu'ils sont plus proches dans leurs règles et mécaniques de sport de force tel que l'haltérophilie où chaque participant va agir à la suite de son rival pour tenter d'asseoir sa domination par une action plus performante que ce dernier mais avec un panel d'interaction plus limité entre les deux compétiteurs tandis que Yu-Gi-Oh de par la fréquence et l'importance de ses interactions s'approche bien davantage du MMA ou de la boxe, véritable duel frontal où les adversaires se rendent coups pour coups quasi-immédiatement, des coups qui sont portés dans notre exemple par l'intermédiaire de chaînes d'effets qui se répondent mutuellement sans discontinuer.

« Le mind game » est une autre approche du jeu que l'on retrouve dans nombre de pratiques ludiques qui théâtralisent la mise en opposition, les sports de combats en tête. Dans Yu-Gi-Oh, un jeu qui demande un effort de concentration soutenu et une importante réactivité, ce que l'on qualifie généralement de « mind game », joue aussi un rôle non négligeable dans l'obtention d'une victoire à haut niveau. Cela peut par exemple prendre la forme de bluff ou d'intimidation qui vont se traduire lors du jeu par la répétition de certains types d'interactions visant à faire douter son adversaire des chances de succès de son « gameplan », un plan de jeu que chaque joueur chevronné réactualise au fil des

échanges et qui est censé le mener à la victoire. Par son aura, son langage corporel, et ses connaissances du jeu le joueur de Yu-Gi-Oh va alors par ses interactions déformer à son avantage l'image qu'a de lui son adversaire pour le pousser au crime. Wilhelm joueur d'élite interrogés dans le cadre d'une entrevue, donne des exemples de ces interactions qui tiennent du « mind game » et les décrit en ces termes : « Relire les cartes de l'adversaire par exemple ça permet de voir des fois par quoi leurs effets peuvent être interrompus, quelle carte j'ai le droit d'activer pour les interrompre. Et donc des fois relire une carte de l'adversaire ça va lui faire croire que tu la relis pour vérifier si tu peux utiliser telle ou telle carte contre elle. Et du coup il va déduire tout seul que t'as telle ou telle carte alors que t'as juste relu sa carte et relire les cartes est quelque chose d'absolument autorisé que ce soit pour vérifier la ponctuation ou autre. Disons que tu vérifies qui a un point-virgule dans l'effet de la carte, tu as bien vu qui a le point-virgule, tu rends la carte à ton adversaire et lui il va en déduire tout seul que tu as des « handtrap » (carte piège) spécifiques et il va faire des coups pas optimaux. (...) Parfois il y a des gens qui se rendent compte, puisque je joue souvent avec eux, que je pose ma main rapidement sur le terrain et que ensuite j'active certaines « handtrap » mais du coup c'est le bon moment pour faire l'inverse, je peux par exemple me mettre à triturer mes cartes le plus possible pour faire croire que j'ai rien alors que j'ai 4 « handtrap » en main ou alors bluffer et poser ma main quand j'ai rien d'utile. L'important est que l'adversaire ne sache pas et qu'il se pose des questions. Disons que plus l'adversaire il se pose des questions plus il a de chances de changer de gameplan en cours de route et donc de se fatiguer. Imaginons : il a quatre ressources en main, et il fait un gameplan où il se dit « je dois utiliser trois des quatre ressources pour arriver au bout de mon gameplan » mais ensuite parce que son adversaire le fait douter il va se sentir obligé, par sécurité, d'utiliser la quatrième pour arriver au même point de son gameplan. Et dans ce cas là parce qu'il s'est posé des questions il a perdu une ressource tout seul. »

Depuis le début de cette partie, je cherche à illustrer le nombre important et décisif de variables auxquelles sont soumises les interactions des joueurs de Yu-Gi-Oh au cours d'un duel. Celles-ci de par le haut degré de complexité qui peut les caractériser, demandent une connaissance approfondie de son jeu mais aussi et surtout une conscience aiguë de sa propre personne et de ses habiletés. Le rapport à l'adversité quasi permanent

auquel sont soumis les joueurs de Yu-Gi-Oh constamment rappelé par une fréquence d'interactions exigeantes anormalement élevée pour un jeu de cartes amène le joueur qui les expérimente à y répondre au sein d'un cadre ludique à même de révéler plus qu'un autre ce qu'il sait de lui-même et de son jeu. Ce faisant celui-ci participe consciemment ou inconsciemment à se révéler autant qu'à se définir au fil de ces interactions ; à se distancer autant qu'à se construire. L'on touche ici à une autre façon qu'a le jeu de permettre à un individu de se découvrir, de s'éprouver et, à terme, de bâtir son identité j'ai nommé l'altérité (Hamayon 2016, 146-148). Yu-Gi-Oh offre par son cadre de jeu un riche « fictional frame », selon les termes de Roberte Hamayon, un espace ludique qui va permettre à l'individu, dans le cadre du jeu de Konami, par l'affrontement, de s'expérimenter lui-même du fait des différences qui le séparent de celui qui lui fait face. Dans la postface du dernier tome de son manga, Kazuki Takahashi, lucide sur le potentiel réflexif du jeu né de son œuvre, achèvera son histoire par ces mots :

« Rencontrer des gens, confronter des opinions, être à l'écoute, faire plaisir, se chamailler sont autant d'expériences qui finissent par forger une personnalité. La réussite d'une belle relation amicale se trouve dans l'échange. Même si cela peut paraître évident pour bon nombre de personnes, j'ai voulu exploiter cette idée pour lancer cette série. Le meilleur moyen pour y parvenir était de concevoir un jeu de cartes. Les personnages qui s'affrontent dans les duels ne servent qu'à montrer la relation entre deux êtres qui se heurtent et qui opposent leur vision du jeu. Le rival sert alors de miroir à l'âme du joueur. Le tout étant encadré par des règles précises. Le manga a souligné la relation entre le bien et le mal pourtant, à mon avis, le jeu sert essentiellement à définir la distance qui sépare deux joueurs. Je pense que c'est ce qui est au centre du succès du jeu de cartes Yu-Gi-Oh dans le monde. » (Takahashi 2004)

L'interactivité dans Yu-Gi-Oh est décisive pour souscrire aux conditions qui octroient la victoire au plus habile des duellistes mais, fort heureusement pour ceux qui souhaitent s'essayer à l'exercice, de celle-ci ne dépend pas le droit de vie ou de mort du perdant comme cela peut être parfois le cas dans le manga de Takahashi. Ainsi selon mes observations et plusieurs de mes informateurs le jeu de cartes Yu-Gi-Oh peut apparaître comme une imaginative et instructive simulation de l'adversité qui permet à ceux qui y viennent pour les bonnes raisons de s'approprier et de personnaliser leur propre histoire de joueurs, de l'écrire et de la transmettre à ceux qui désireraient en faire partie, à ceux

qui désiraient un jour s'asseoir à une table et prononcer le mot magique : « Duel ! » qui sonne pour les plus passionnés comme le mot de passe qui offre l'accès à une grande famille. A l'image du jeune Yugi qui à la fin du manga devient un homme accompli après avoir dépassé son double pharaonique hôte de son esprit je pense avoir démontré que les joueurs de Yu-Gi-Oh ont beaucoup à apprendre et ont beaucoup appris du duelliste qu'ils sont devenus à travers leur pratique du jeu. Et j'ai moi-même beaucoup appris à leur contact et pour cela je les en remercie, eux autant que leur jeu, jeu qui depuis peu est aussi (re)devenu le mien.

Conclusion

Au fil de ce travail, j'ai eu à cœur de mettre en relation les différentes facettes de la communauté des joueurs Yu-Gi-Oh avec celles de leur jeu favori afin de traduire et analyser une réalité ludique qui se construit par l'inter-influence de ces deux acteurs. Les joueurs « insufflent » d'eux-mêmes dans leur jeu au moins autant qu'ils peuvent en retirer pour se voir transformés en tant qu'individus. Voilà l'hypothèse au centre de ce travail que je pense avoir réussi à démontrer dans ces lignes. Le cadre ludique comme communautaire offert par Yu-Gi-Oh reproduit à sa façon des situations de vie qui ont le potentiel de changer celui qui s'investit par sa pratique et son imaginaire dans ce monde où le jeu est roi. La distance qui sépare le joueur du duelliste qu'il incarne peut-être plus ou moins prononcée mais cette étude montre que ces deux facettes ne sont jamais vraiment indépendantes, elles s'entre-connaissent s'interpénètrent et finissent souvent à terme par se fondre l'une dans l'autre pour proposer à l'individu concerné une version « augmentée » de son moi, une version changée à divers degrés de son identité. Ce travail nous a également conduit à proposer la typologie des joueurs suivante : les joueurs « fun » qui placent le plaisir du jeu au-dessus de la recherche systématique de la victoire, les joueurs « méta » pour qui la victoire constitue le but principal de leur implication dans le jeu et les joueurs qualifiés par certains de « ravagés » qui, selon les répondants, recherchent en vain dans le jeu un palliatif à leur propres insuffisances et limites.

Les questions et réponses nées de ces réflexions se trouvant à la croisée de multiples disciplines, j'ai pour mener à bien ce travail de la façon la plus complète possible convoqué des références qui relèvent de la psychologie, de la narratologie, de la ludologie comme de la sociologie. Cet ensemble de champs de recherche dans le cadre d'étude portant sur la culture populaire gagne selon moi, quand ce n'est pas naturellement le cas, à être associées à l'anthropologie. Grace à la mise en application de cette vision multidisciplinaire, j'espère avoir su retranscrire avec le moins de concessions possibles l'univers des joueurs de Yu-Gi-Oh tels que moi-même et ceux que j'ai interrogés à son sujet l'on vécu. Dans la réalisation de ce travail j'ai aussi mis un point d'honneur à passer outre la frilosité dont peut parfois faire preuve le milieu de la recherche à décrire en détail

les spécificités les plus obscures de certains phénomènes socio-culturels contemporains, le jeu et ses dérivés vidéo ludique en tête. Je suis convaincu que c'est au coeur de ces particularismes parfois des plus innocents et inoffensifs ou à l'inverse des plus provocateurs et ésotériques que sommeillent des rapports sociaux, des types d'interactions, des problématiques et des modes de pensées à même d'ouvrir la porte sur des réalités anthropologiques insoupçonnées et dignes d'intérêt. Cette étude démontre que le transmédia au sein de la culture populaire, couplé à l'appropriation et la personnalisation qu'il demande à ses adeptes, est un élément crucial pour la compréhension de l'émergence de nouvelles identités qui voient le jour à notre époque moderne. A ce titre, je pense pouvoir affirmer que Yu-Gi-Oh, pionnier dans le domaine du média mix, aura été un parfait sujet pour illustrer cette forme de « réécriture » identitaire qui s'opère au sein d'une certaine jeunesse par sa consommation de produits culturels sous forme de narratifs malléables toujours plus complexes, et toujours plus prompts à venir nourrir un univers mental maintenant accoutumé à pareilles conjonctions d'imaginaires. Et j'aurais plaisir, à l'occasion d'une future thèse, de me pencher davantage sur la construction de cet imaginaire moderne qui sans doute préside à ce phénomène de « réécriture » identitaire.

Pour ce qui est de Yu-Gi-Oh je pense être loin d'avoir mis à jour toute la richesse du jeu de Konami ainsi que celle des réalités de sa communauté, communauté qui j'en suis persuadé gagnerait à être étudiée davantage dans le milieu des sciences humaines, que ce soit pour venir confirmer certains des résultats présentés dans ces lignes ou révéler des pans tout à fait nouveaux de ce singulier microcosme. J'avais d'ailleurs conceptualisé un cinquième narratif en plus des quatre présentés dans ma deuxième partie qui reposait sur un autre type de récit, un récit silencieux, celui que conte le jeu exclusivement par son gameplay. Mais jugeant que cette idée une fois développée ne laisserait que peu de place à la discipline anthropologique, j'ai finalement pris le parti de garder l'analyse de ce cinquième narratif pour une autre occasion. Je tiens également à ajouter que la complexité du jeu décrite dans ce travail bien que réelle, ne devrait pas décourager de potentiels joueurs ou chercheurs à laisser sa chance au jeu de Konami qui a pour lui une courbe de difficulté des plus abordables et profite d'une prise en main initiale des plus intuitives.

Enfin, vient la question subsidiaire mais hautement signifiante, qui hante les « entre-lignes » de cet écrit « Qu'est-ce que l'âme des cartes ? ». A peine évoquée en ces termes au fil de ce travail j'aime cependant à penser que celle-ci quelle que soit sa forme à fait acte de présence tout au long de mon terrain, tout au long des duels que j'ai pu livrer moi-même ou observer, palpable mais invisible. Un regard qui brille d'avoir décelé le chemin vers la victoire, une pioche miraculeuse qui sauve celui qui se croit acculé, un cri de joie qui éclate dans le local à la découverte d'une carte rare, la mise au placard d'un deck de cœur qui a fait son temps, un porte-bonheur soigneusement « double sleeve » qui sommeille au fond d'un classeur. Peut-être est-ce tout cela l'âme des cartes ? Ou peut-être réside-t-elle dans cette simple maxime « La volonté est vecteur de chance ».

Ou peut-être s'exprime-t-elle à travers ces mots de Wilhelm prononcés au cours de notre entrevue : « Une grande partie de moi est définie par le jeu. Si je reprends ma vie avant que je commence à jouer et que je choisis un autre chemin, je pense que je ne me reconnaitrais pas. Je changerais à un point que je ne peux pas imaginer. »

Ou peut-être encore est-elle différente pour tout un chacun ?

Quoiqu'il en soit, que l'on daigne ou non accorder du crédit à cette conception quelque peu métaphysique du « King of games », portée par le héros de l'œuvre qui l'a inspirée, la question en elle-même « Qu'est-ce que l'âme des cartes ? » apporte à mes yeux une certitude : Tant qu'il y aura des duellistes il y aura des duels et tant qu'il y aura des duels il y aura une chance de trouver une réponse à cette question.

Bibliographie :

Allison, Anne. 2003. « Portable monsters and commodity cuteness: Pokémon as Japan's new global power ». *Postcolonial Studies* (3) : 381-395.

Allison, Anne. 2006. « The Japan Fad in Global Youth Culture and Millennial Capitalism ». *Mechademia* (1) : 11-21.

Allison, Anne. 2006. *Millennial Monsters: Japanese Toys and the Global Imagination*. USA : University of California Press.

Allison, Anne. 2009. « The Cool Brand, Affective Activism and Japanese Youth ». *Theory, Culture and Society* (26) : 89-111.

Asahi Shinbun. 2001. « Otousan datte Hamaru ». *Asahi Shinbun*, 2001.

Ashcraft, Brian et Shoko Ueda. 2014. *Japanese Schoolgirl Confidential: How Teenage Girls Made a Nation Cool*. USA : Tuttle Publishing.

Benjamin, Derhy Kurtz et Mélanie Bourdaa. 2016. *The Rise of Transtexts Challenges and Opportunities*. New York : Routledge.

Bouissou, Jean-Marie. 2006. « Pourquoi aimons-nous le manga ? Une approche économique du nouveau soft power japonais ». *Cités* (27) : 71-84.

Bouissou, Jean-Marie. 2008. « Pourquoi le manga est-il devenu un produit culturel global ? ». *Esprit* (7) : 42-55.

Caillois, Roger. 1967 (publication originale : 1958). *Les jeux et les hommes*. Paris : Gallimard.

Crawford, Chris. 1984. *The Art Of Computer Game Design*. New York : Osborne/McGraw-Hill.

Craig, Tim. 2000. *Japan Pop: Inside the World of Japanese Popular Culture*. New York : Routledge.

Dentsu. 1999. *Kyarakuta bijinesu*. Tokyo : Dentsu.

- De La Marre, Nicolas. 1719. *Traité de la police, Livre III Tome VI : De l'origine des jeux ; des motifs, et de l'utilité de leurs établissement*. Paris, M. Brunet.
- Duflo, Colas. 1997. *Le jeu : De Pascal à Schiller*. France : Presses Universitaires de France.
- Elias, Norbert. 1976. « Sport et violence ». *Actes de la recherche en sciences sociales*, (6) : 2-21.
- Escande, Jessy. 2023. « Foreign Yet Familiar: J. L. Borges' Book of Imaginary Beings and Other Cultural Ferrymen in Japanese Fantasy Game ». *Games and Culture* (18) : 3-26.
- Ezan, Pascale. 2006. « L'installation d'une mode dans une cour d'école ». *Revue française du marketing* (207) : 89-102.
- Famitsu. 1998. « Famitsu 51 ». *Famitsu*, 20 Decembre 1998.
- Geertz, Clifford. 1973. *The interpretation of cultures. Selected essays*. Basic Books: New York.
- Genette, Gerard. 1982. *Palimpsestes*. Paris : Seuil.
- Gina, O'Melia. 2019. « Yu-Gi-Oh! : The Conquering King of Saturday Morning ». *Japanese Influence on American Children's Television* : 147-175.
- Grant, Sebastien. 1977. *Les joueurs - La Nef des fous*. Strasbourg : La Nuée Bleue.
- Guillaume, Marc. 1983. « Tu ne joueras point ». *Réseaux*, (1) : 65-77.
- Harada, Munehiko. 1994. « Towards a renaissance of leisure in Japan ». *Leisure Studies* (4) : 277-287.
- Hamayon, Roberte. 2016. *Why we play*. Chicago : HAU.
- Hamano Yusuki. 1999. « Pokemon haken no imi ». *Mainichi Shinbun*, 29 Novembre 1999.
- HORIOKA, Charles Yuji. 1993. Consuming and Saving. Dans *Postwar Japan as History*. Sous la direction de Andrew Gordon, 259-292. Berkeley : University of California Press.
- Huizinga, Johan. 1988. *Homo Ludens*. Paris : Gallimard.

Ito, Mizuko. 2010. « Mobilizing the Imagination in Everyday Play: The Case of Japanese Media Mixes ». Dans *Mashup Cultures*. Sous la direction de Sonvilla-Weiss, 79-97. Vienne : Springer.

Ito, Mizuko. 2005. « Intertextual Enterprises: Writing Alternative Places and Meanings in the Media Mixed Networks of Yugioh ». Dans *E.T. Culture: Anthropology in Outerspaces*. Sous la direction de Deborra Battaglia, 180-199. Caroline du nord : Duke press university.

Iwabuchi, Koichi. 1998. « Marketing 'Japan': Japanese cultural presence under a global gaze ». *Japanese Studies* (2) : 165-180.

Iwabuchi, Koichi. 2002. « "Soft" nationalism and narcissism: Japanese popular culture goes global ». *Asian Studies Review* (26) 447-469.

Iwabuchi Koichi. 2002. *Recentering Globalization: Popular Culture and Japanese Transnationalism*. Durham : Duke University Press.

Jenkins, Henry. 1992. *Textual Poachers: Television Fans & Participatory Culture*. New York : Routledge.

Jenkins, Henry. 2006. *Convergence Culture Where Old and New Media Collide*. New York : New York University Press.

Kapp, Sebastien. 2015. « Un jeu qui réconcilie les règles et la fiction : le jeu de rôles grandeur nature ». *Revue du MAUSS*, (45) : 91-103.

Kingston, Jeff. 2004. *Japan's Quiet Transformation: Social Change and Civil Society in 21st Century Japan*. Londre : Routledge.

Letourneux, Matthieu. 2010. « Overview of The Otaku Generation: The Children of Post-Modernity ». *Strenae* : 1-5. <https://doi.org/10.7202/038520ar>

Linhart, Sepp. 1998. *The Culture of Japan As Seen Through Its Leisure*. USA : State University of New York Press.

Malaby, Thomas. 2009. « Anthropology and Play: The Contours of Playful Experience ». *New Literary History*, (1) : 205-218.

Manzenreiter, Wolfram et Eyal Ben-Ari. 2004. « Leisure and Consumer Culture ». Dans *Handbook of Oriental Studies Modern Japanese Society*. Sous la direction de Josef Kreiner, Ulrich Mèohwald et Hans Dieter Ölschleger, 489-524. Leiden : Brill.

Marwick, Alice. 2005. « Selling your self: Online identity in the age of a commodified internet ». Thèse de M.A., Université de Washington. https://www.academia.edu/421101/Selling_Your_Self_Online_Identity_In_the_Age_of_a_Commodified_Internet

Mauss, Marcel. 1902-1903. « Games, Sports and Amusements ». *Année sociologique*, (7) : 666.

McGray, Douglas. 2002. « Japan's Gross National Product of Coolness ». *Foreign Policy*, Mai/Juin 2002.

Mussou, Amandine. 2009. *La cité idéale selon Jacques de Cessoles : les échecs, instrument d'une propagande royale*. Le jeu d'échecs comme représentation. Paris : Éditions Rue d'Ulm.

Nakazawa, Shin'ichi. 1997. *Poketto no naka no yasei*. Tokyo: Iwanami Shoten.

Nihon Keizai Shinbun. 1999. « Nihon anime kaigai ni eikyo ryoku ». *Nihon Keizai Shinbun*, Decembre 1999.

Niklas Johannes, Matti Vuorre et Przybylski Andrew. 2021. « Video game play is positively correlated with well-being ». *Royal society open science*, (8) : 1-12.

Netchine, Eve. 2009. *Jeux de princes, jeux de vilains*. Paris : Seuil.

Okada, Toshio. 1995. « Anime bunka wa chō kakkō ii ». *Aera*, 2 Octobre 1995.

Radovan, Marko. 2019. « Cognitive and Metacognitive Aspects of Key Competency "Learning to Learn" ». *Pedagogika* (133) : 28-42.

Ramstetter, Catherine, Murray Robert et Garner Andrew. 2010. « The Crucial Role of Recess in Schools ». *Journal of School Health*, (11) : 517-526.

- Reynaldo, Cadiou, Christian Ryan, Hosea Hansel et Gunawan Alexander Agung Santoso. 2020. « Using Video Games to Improve Capabilities in Decision Making and Cognitive Skill: A Literature Review ». *Procedia Computer Science*, (179) : 211-221.
- Sanchez, Caroline. 2014. « Les livres de jeux aux XVIIe et XVIIIe siècles : une typologie des lecteursjoueurs ». Mémoire de M.A., Université de Lyon.
- Sefton-Green Julian et Buckingham David. 2003. « Gotta catch'em all: structure, agency and pedagogy in children's media culture ». *Media, Culture & Society* (25) : 379-399.
- Sicart, Miguel. 2017. *Play Matters*. Massachusetts : MIT Press.
- Shuukan Prime. 2021. « 『鬼滅の刃』は『ジャンプ』史上最も稼いだマンガではない！ 売り上げ 1 兆円作品とは ». 29 Janvier 2021.
- Suvilay, Bounthavy. 2019. « Le « Cool Japan » made in France. Réappropriation du manga et de l'animation japonaise (1978-2018) ». *Ebisu* (56) : 71-100.
- Takahashi, Kazuki. 2002. Yu-Gi-Oh Tome 27.
- Takahashi, Kazuki. 2004. Yu-Gi-Oh Tome 38.
- Takeshi, Nagao. 1998. *Pokemon wa kodomo no teki ka mikata ka ? (Pokémon est-il un ennemi ou un allié pour les enfants ?)*. Tokyo: Koseido Shuppan.
- Tobin, Joseph. 1992. *Re-Made in Japan: Everyday Life and Consumer Taste in a Changing Society*. New Haven : Yale University Press.
- Verdon, Jean. 2015. *La vie quotidienne au Moyen-Age*. Paris : Perrins.
- Verdon, Jean. 2016. *S'amuser au Moyen Âge*. Paris : Tallandier.
- Viard, Jean. 2015. « La démocratisation de la culture du temps libre ». *Etudes*, (7) : 45-54.
- Watanabe, Naomi. 1999. « Kodomotachi ga Pokemon ni motomeru mono ». *Kodomo Purasu* (2) : 59–75.
- Wendling Thierry. 2002. *Ethnologie des joueurs d'échecs*. Paris : presse universitaire de France.

Wong, Wendy Siuyi. 2006. « Globalizing Manga: From Japan to Hong Kong and beyond ». *Mechademia: Emerging Worlds of Anime and Manga* (1) : 23-45.

Yamato, Michikazu. 1998. *Kuzen no shakai gensho Pokémon cho hitto no nazo*. Tokyo : Gendai.

Yoda, Tomiko. 2006. *Japan After Japan: Social And Cultural Life from the Recessionary 1990s to the Present*. USA : Duke University Press.

Yoshi, Takeda. 1998. « Mienai kazoku, part 3: Ko to shūdan o yurageru infura o ». *Nikkei Dezain* : 38.

Zhang, Ru-Yuan, Adrien Chopin, Kengo Shibata et Zhong-Lin Lu. 2021. « Action video game play facilitates “learning to learn” ». *Communications biology* (4) : 1-10.

AFJV. 2021. « Screen Time Index ». AFJV. https://www.afjv.com/news/10579_temps-passe-ecrans-jouer-jeux-video.htm

« Anime: Japan’s ‘Gross National Cool’ ». 2006. Knowledge at Wharton. <https://knowledge.wharton.upenn.edu/article/anime-japans-gross-national-cool/>

« Essential Facts About the Video Game Industry ». 2022. ESA. <https://www.theesa.com/resource/2022-essential-facts-about-the-video-game-industry/>

Lost Worlds. *History of Japanese TCGs #11: The First Yu-Gi-Oh! OCG Metagame, Riot, & Infinite Loop (1999-2000)*. Youtube, 47 : 53.

Jarvis, Matt. 2019. « “There’s more pressure at the Yu-Gi-Oh! World Championship than a multi-million-dollar poker tournament” ». TabletopGaming. <https://www.tabletopgaming.co.uk/features/theres-more-pressure-at-the-yu-gi-oh-world-championship-than-a-multi/>

Jenkins, Henry. 2003. « Transmedia Storytelling ». MIT Technology review. <https://www.technologyreview.com/2003/01/15/234540/transmedia-storytelling/>

Jenkins, Henry. 2007. « Transmedia Storytelling 101 ». Pop Junction. http://henryjenkins.org/blog/2007/03/transmedia_storytelling_101.html

Magnier, Marc. 1999. « World Perspective : Asia : Cartoon Craze Boils Over in Japan : Yugi-oh features its own comic characters, trading cards--and near-riots ». Los Angeles Times. <https://www.latimes.com/archives/la-xpm-1999-sep-24-mn-13493-story.html>

Nagi, Kendall. 2021. « Heart of the Cards: The Underlying Social Framework of the Yu-Gi-Oh Community ». Academia. https://www.academia.edu/79075084/Heart_of_the_Cards_The_Underlying_Social_Framework_of_the_Yu_Gi_Oh_Community

Packwood, Lewis. 2015. « The Dungeons and Dragons Session That Became a Real-Life Phenomenon ». Kotaku. <https://kotaku.com/the-dungeons-and-dragons-session-that-became-a-real-lif-1691643499>

SuperZouloux, 2022. *Le tout premier duel avec des monstres en 3D !*. Youtube, 39 : 22. <https://www.youtube.com/watch?v=KmwH-OZXbxI&t=437s>

Yuji. 2018. « アンティールールとは 遊戯王最初期に実在した「賭けデュエル」の概念 ». 遊戯王 環境の歴史. <https://yugioh-history.com/environment/fragments/ante-rule>

Yuji. 2017. « 新エキスパートルールの制定 はびこる最強サイクロン ». 遊戯王環境の歴史. <https://yugioh-history.com/environment/generation-two-1>

Zwaal, Raymond. 2017. « Social Identity and Representation in the Trading Card Game Community ». Academia. https://www.academia.edu/33457429/Social_Identity_and_Representation_in_the_Trading_Card_Game_Community

Lexique

Avoir une Réponse/Répondre : Avoir une carte apte à contrer telle ou telle stratégie de l'adversaire.

Bait : Très littéralement « appât ». Il s'agit d'une carte ou d'un effet qui va servir à provoquer l'adversaire afin de le forcer, ou au moins l'encourager, à entreprendre une certaine action.

Banlist : Liste construite par Konami qui indique les cartes bannies ou limitées en nombre au sein de la scène compétitive.

Boosters : Petit paquet contenant un peu moins d'une dizaine de cartes. En dehors des « deck de structure » qui correspondent à l'achat d'un deck complet d'une quarantaine de cartes, les boosters sont la méthode la plus commune d'obtention de cartes au sein de l'écosystème de Yu-Gi-Oh.

Côt : Tribut ou contrecoup à payer pour activer l'effet d'une carte.

Chaine : Ensemble d'effets activés à la suite qui se répondent les uns après les autres.

Deck : Façon de désigner un paquet de carte personnalisé propre à un duelliste avec lequel celui-ci prend part à un duel.

Deck Building : Acte de construire son deck. Le deck building comprend le choix des cartes qui vont faire partie dudit deck, choix qui se fait en parallèle de l'élaboration d'une stratégie à même de nous offrir la victoire par tel ou tel moyen. Un joueur qui a mieux « deck buildé » son deck que celui qui lui fait face entame le duel avec un avantage significatif sur son opposant.

Deck de cœur : Un deck choisit par son propriétaire car il a développé à son égard une affection certaine.

Duelliste : Nom donné aux joueurs de Yu-Gi-Oh. Cette appellation trouve son origine dans le manga « Yu-Gi-Oh » de Kazuki Takahashi qui a inspiré le jeu de cartes du même nom.

Duel : Nom donné aux parties de cartes au sein du cadre ludique instauré par Yu-Gi-Oh.

Errata : Modification de l'effet d'une carte à posteriori de sa première édition. L'errata est un moyen d'équilibrer le jeu et cible généralement des cartes aux effets jugés par Konami comme trop permissifs.

FTK : Acronyme de « First Turn Kill ». Désigne la victoire d'un joueur sur un autre avant même que ce dernier est joué son premier tour.

FTK : Acronyme de « First Turn Kill ». Désigne la victoire d'un joueur sur un autre avant même que ce dernier est joué son premier tour.

Gameplay : Façon dont se joue un jeu.

Méta : Désigne les cartes ou stratégies les plus efficaces ou populaires compte tenu d'un contexte de jeu défini. Les cartes méta sont généralement les cartes privilégiées dans le milieu compétitif.

Métaslave : Terme péjoratif utilisé par certains joueurs pour désigner ceux qui sont supposément obsédés par la composition de deck qui ne comportent que des cartes méta dans le seul but de remporter la victoire.

Match up : Décrit l'analyse des forces et faiblesses de deux joueurs afin de déduire les chances de victoire ou de défaite de l'un sur l'autre.

Konami : Compagnie japonaise qui édite et distribue le jeu de cartes Yu-Gi-Oh depuis 1999. La compagnie est aussi à l'origine des règles du jeu telles qu'on les connaît aujourd'hui.

Negate : Utilisation d'un effet de carte pour annuler l'effet d'une autre carte. L'action de « Negate » interrompt en général l'action qu'elle désigne et empêche l'effet ciblé de s'activer correctement.

OTK : Acronyme de « One Turn Kill ». Désigne la victoire d'un joueur sur un autre après que ce dernier est joué son premier tour.

OCG : Format japonais du jeu de cartes Yu-Gi-Oh. Il est le format original du jeu de cartes Yu-Gi-Oh.

Résolu/Résoudre : Activer correctement un effet de carte.

Support : Le support désigne une ou plusieurs cartes créés spécifiquement pour améliorer l'effectivité d'une ou plusieurs autres cartes afin de leur permettre d'être davantage viables sur le plan compétitif.

Sleeve : Pochette plastifié de petite taille qui sert à protéger les cartes. L'acte de « double sleever » revient à placer deux pochettes de protection sur une même carte.

TCG: Format occidental du jeu de cartes Yu-Gi-Oh. Existe pour le distinguer de l'OCG qui diffère principalement par sa banlist et l'exclusivité de certaines cartes.

