

Direction des bibliothèques

AVIS

Ce document a été numérisé par la Division de la gestion des documents et des archives de l'Université de Montréal.

L'auteur a autorisé l'Université de Montréal à reproduire et diffuser, en totalité ou en partie, par quelque moyen que ce soit et sur quelque support que ce soit, et exclusivement à des fins non lucratives d'enseignement et de recherche, des copies de ce mémoire ou de cette thèse.

L'auteur et les coauteurs le cas échéant conservent la propriété du droit d'auteur et des droits moraux qui protègent ce document. Ni la thèse ou le mémoire, ni des extraits substantiels de ce document, ne doivent être imprimés ou autrement reproduits sans l'autorisation de l'auteur.

Afin de se conformer à la Loi canadienne sur la protection des renseignements personnels, quelques formulaires secondaires, coordonnées ou signatures intégrées au texte ont pu être enlevés de ce document. Bien que cela ait pu affecter la pagination, il n'y a aucun contenu manquant.

NOTICE

This document was digitized by the Records Management & Archives Division of Université de Montréal.

The author of this thesis or dissertation has granted a nonexclusive license allowing Université de Montréal to reproduce and publish the document, in part or in whole, and in any format, solely for noncommercial educational and research purposes.

The author and co-authors if applicable retain copyright ownership and moral rights in this document. Neither the whole thesis or dissertation, nor substantial extracts from it, may be printed or otherwise reproduced without the author's permission.

In compliance with the Canadian Privacy Act some supporting forms, contact information or signatures may have been removed from the document. While this may affect the document page count, it does not represent any loss of content from the document.

Université de Montréal

L'impact de l'universalisation dans *Grand Theft Auto VICE CITY*™

Par
Louis-Martin Guay

Département d'histoire de l'art et d'études cinématographiques
Faculté des arts et des sciences

Mémoire présenté à la Faculté des études supérieures
en vue de l'obtention du grade de M.A.
en études cinématographiques

Octobre 2008

© Louis-Martin Guay, 2008



Université de Montréal
Faculté des études supérieures

Ce mémoire intitulé :
L'impact de l'universalisation dans *Grand Theft Auto Vice City*TM

Présenté par :
Louis-Martin Guay

a été évalué par un jury composé des personnes suivantes :

Olivier Asselin
Président-rapporteur

Bernard Perron
Directeur de recherche

Pierre Poulin
Membre du jury

Résumé

Ne pouvant plus se contenter de son étiquette de simple amusement, le jeu vidéo s'est taillé une place parmi les artefacts culturels qui traversent le temps et font office de legs aux générations futures. L'auteur tente ici de comprendre le processus créatif qui mène non seulement à un produit de divertissement, mais à un événement social marquant qui transcende le ludique pour devenir un phénomène populaire. En analysant et en adaptant des concepts relatifs au rôle du lecteur, à la connaissance collective et à la convergence des médias, il présente les points principaux qui dictent la création d'un univers propre à l'œuvre vidéoludique marquante. Ce processus, nommé ici *universalisation*, est au cœur du discours contenu dans ce mémoire.

Mots-clés

Jeux vidéo, connaissance collective, études du jeu vidéo, univers du jeu, culture populaire, joueur, processus créatif, interactivité, conception.

Abstract

Unsatisfied with its label of simple recreation, the video game take a place amongst the cultural artifacts which cross time and act as legacy to the future generations. The author tries here to include/understand the creative process which leads not only to an entertainment product, but also to an outstanding social event which transcends the ludic aspect of a game to become a popular phenomenon. While analyzing and by adapting concepts related to reader's role, the collective knowledge and the convergence of the media, it presents the principal points which dictate the creation of a universe specific to an outstanding videoludic work. This process, named here *universalization*, is the core theme of this master thesis.

Keywords

Video game, collective knowledge, video games studies, game world, popular culture, player, interactivity.

Table des Matières

Liste des figures -----	iv
Liste des tableaux -----	vi
Introduction -----	1
Chapitre 1 : Qu'est-ce que l'universalisation ? -----	8
1a. La représentation du jeu -----	10
1b. La correspondance du jeu -----	14
1c. Définition concrète? -----	19
Chapitre 2 : L'universalisation vs le joueur -----	22
2b. Le Joueur Modèle -----	23
2b. Bâtir sa stratégie -----	32
Chapitre 3 : L'universalisation vs la communauté -----	39
3a. L'intelligence collective -----	41
3b. La culture participative -----	45
Chapitre 4 : L'universalisation dans <i>GTA : Vice City</i> -----	52
4a. Les ingrédients d'une œuvre marquante -----	53
4b. Un monde ouvert à l'interprétation -----	57
4c. Un monde sur mesure -----	65
Chapitre 5 : <i>GTA : Vice City</i> vs le Joueur Modèle -----	72
5a. À la recherche du Joueur Modèle -----	73
Chapitre 6 : La communauté dans <i>GTA : Vice City</i> -----	86
6a. La satire intertextuelle -----	87
6b. La culture participative -----	95
Conclusion -----	100
Bibliographie -----	102
Ludographie -----	106
Webographie -----	107
Filmographie -----	107

Liste des figures

Figure 1 (page 6): Les jaquettes de *Grand Theft Auto: Vice City* (Rock Star North, 2002) et *Vice City Stories* (Rock Star North, 2006).

Figure 2 (page 19): A: *The Sims* (Maxis, Electronic Arts, 2000), B: *SOCOM: US Navy Seals* (Zipper Interactive, Sony, 2002), C: *Missile Command* (Atari, 1980).

Figure 3 (page 20): Diagramme formel de l'universalisation.

Figure 4 (page 23): Les ancêtres de *Rock Band* (Harmonix, 2007). À gauche, *Frequency* (Harmonix, 2001). À droite, *Amplitude* (Harmonix, 2003).

Figure 5 (page 31): Diagramme formel de l'universalisation incluant le Joueur Modèle.

Figure 6 (page 35): Un baiser controversé dans *Bully* (Rockstar Vancouver, 2006).

Figure 7 (page 35): L'homme rose dans *Fable* (Lionhead Studios, 2005).

Figure 8 (page 43): Le fameux modigou de *GTA Vice City* dans lequel on peut voir la DeLorean 1982 popularisée par le film *Back to the Future* (Robert Zemeckis, 1985).

Figure 9 (page 44): Extrait de l'épisode 100 de *Red VS Blue* (Rooster Teeth Productions).

Figure 10 (page 44): Jaquette du DVD de la quatrième saison de *Red VS Blue* (Rooster Teeth Productions).

Figure 11 (page 49): Création de personnage dans *World of Warcraft* (Blizzard Entertainment, 2004).

Figure 12 (page 49): Création de personnage dans *Lord of the Ring Online: The Shadows of Angmar* (Turbine, 2007).

Figure 13 (page 51): Version finale du diagramme formel de l'universalisation.

Figure 14 (page 56): Structure des missions dans les jeux de la série *Grand Theft Auto*.

Figure 15 (page 59): *Super Mario 64* (Nintendo Co., Ltd.).

Figure 16 (page 59): *The Legend of Zelda: Ocarina of Time* (Nintendo Co., Ltd.).

Figure 17 (page 60): *Conker's Bad Fur Day* (Rare)

Figure 18 (page 60): *Leisure Suit Larry: Magna Cum Laude* (Vivendi Universal Games, Inc.).

Figure 19 (page 61): Tommy Vercetti le héros de *GTA : Vice City*.

Figure 20 (page 61): Tony Montana (Al Pacino) dans *Scarface* de Brian DePalma (1980).

Figure 21 (page 68): La Stallion de Ford dans *GTA: Vice City*.

Figure 22 (page 68): La Stinger de Pontiac dans *GTA: Vice City*.

Figure 23 (page 76): La répartition des types de joueurs en relation avec les éléments primordiaux d'un jeu vidéo selon Richard Bartle [1996].

Figure 24 (page 89): La carte touristique de la pointe est de Miami (à gauche) & la carte de *Vice City* (à droite).

Figure 25 (page 90): Des ressemblances évidentes entre le Miami de *Scarface* (à gauche) et *Vice City* (à droite).

Figure 26 (page 91): Tommy Vercetti dans son domaine de *Vice City* (à gauche). Tony Montana et son bureau dans *Scarface* (à droite).

Figure 27 (page 91): Ken Rosenberg l'avocat de *Vice City* (à gauche). Sean Penn dans le rôle de David Kleinfeld dans *Carlito's Way* (à droite).

Figure 28 (page 92): Lance Vance.

Figure 29 (page 92): Philip Michael Thomas dans *Miami Vice*.

Figure 30 (page 92): Le réalisateur de *Vice City* : Steve Scott.

Figure 31 (page 95): Le groupe fictif Love Fist dans *GTA: Vice City*.

Figure 32 (page 95): Phil Collins en spectacle dans *GTA: Vice City Stories*.

Figure 33 (page 98): *Vice City* à la sauce *Mario Bros*.

Figure 34 (page 98): *GTA* et *The Flintstones*.

Figure 35 (page 99): Diagramme de l'universalisation dans *Grand Theft Auto: Vice City*.

Liste des tableaux

Tableau 1 (page 13): Exemple de sous-groupes liés à des composantes premières.

Tableau 2 (page 81): La relation entre les styles de joueurs et les compétences relatives aux théories sur le tempérament. Tableau repris de Boon et Bateman [2006:93].

Introduction

"Any game designer or game scholar who doesn't engage with game on the level of cultural representation is missing out on a very important part of the picture."

The Game Design Reader

-Katie Salen & Eric Zimmerman

Les univers virtuels ne sont pas nés d'hier. Chasse gardée du récit oral et de la littérature à leurs débuts, les mondes parallèles ont vite fait de prendre d'assaut toutes les sphères du domaine artistique allant jusqu'à s'introduire dans une des pratiques les plus fondamentales de l'homme : le jeu. Qu'ils prennent la forme de simulations photoréalistes ou d'épopées fantastiques, les jeux vidéo ont besoin d'un univers riche et enivrant pour attirer le joueur et le garder le plus longtemps possible dans sa toile finement tissée avec des mécaniques parfois simples et peu attirantes aux premiers abords.

C'est d'ailleurs souvent là que réside toute la complexité du design de jeu. Derrière les algorithmes, les lignes de codes et l'intelligence artificielle se cache un des grands défis du créateur : comment représenter toutes ces mécaniques complexes au joueur? Comment introduire sémiologiquement des signifiants qui vont lui permettre de percevoir les signes représentatifs qui masqueront une lourde technique et permettront de perpétuer l'illusion, le plaisir et le rêve?

Concevoir l'enveloppe de toute une machine binaire telle que celle d'un jeu vidéo ne se fait pas aisément. Ce travail n'est pas sans fondement et sans conséquence. Il incombe au créateur la lourde tâche de bien identifier à qui il s'adresse avant de se mettre au travail. La précision de cette donnée sera déterminante quant à la portée qu'aura sa création sur l'ensemble de la culture vidéoludique. La connaissance de son sujet (joueur), du monde dans lequel il évolue (culture) et le nombre de signes perceptibles par le sujet (connaissance collective) deviennent des outils incontournables pour le concepteur. Le designer de jeu devra arriver à bien cerner tous ces paramètres de façon à pouvoir les utiliser d'une manière optimale lors de l'étape de conception d'un jeu.

Comment créer un univers qui saura à la fois s'inscrire en tant qu'expérience de jeu, symbole culturel et référence vidéoludique?

Voilà la question à laquelle je tenterai de répondre dans le présent mémoire. J'utiliserai le terme « universalisation » pour faire référence à tout le processus de conception d'un univers qui a comme tâche d'englober (représenter) la structure technologique et mathématique d'un jeu vidéo. Cet univers comprend à la fois les personnages, le monde physique, les thèmes et la mise en marché d'une œuvre. Au moment de rédiger ce mémoire, la littérature existante sur ce sujet est malheureusement très restreinte; surtout lorsqu'il s'agit d'aborder le point de vue du praticien. En effet, peu de créateurs ont pris le temps de définir clairement cet aspect important de la pratique en conception de jeux vidéo. Mis à part des

auteurs comme Chris Bateman et Richard Boon qui décrivent brièvement un processus apparenté qu'ils nomment *game world abstraction* dans leur ouvrage *21th Century Game Design* [2006], aucun autre praticien n'a tenté de proposer une réflexion schématisée sur le sujet. C'est pourquoi je tenterai d'apporter des pistes de réflexions nouvelles concernant l'une des étapes cruciales dans la pratique du design de jeu.

Dans l'intention de présenter à la pratique du design de jeu vidéo de nouvelles propositions, j'analyserai les idées relatives aux principales interrogations rencontrées lors de mes huit dernières années de pratique comme concepteur de jeux vidéo. Loin de réfuter l'œuvre des théoriciens jusqu'à ce jour, je me servirai de leurs recherches pour appuyer plusieurs de mes analyses et observations tout en tentant de créer un pont entre l'étude académique du jeu et sa pratique dans l'industrie.

Notons d'emblée que le concept d'universalisation possède des similarités avec la notion de diégèse. Les auteurs de *l'Esthétique du film*, une œuvre de référence dans le domaine des études cinématographiques, décrivent ce concept comme ceci :

La diégèse est donc d'abord l'histoire comprise comme pseudo-monde, comme univers fictif dont les éléments s'accordent pour former une globalité. [...] Aussi peut-on parler d'univers diégétique qui comprend aussi bien la série des actions, leur cadre supposé (qu'il soit géographique, historique ou social) que l'ambiance de sentiments et de motivations dans lesquelles elles surgissent [1983 : 81].

Considérant que le monde virtuel dans lequel se déroule le récit peut être diégétique, il n'est pas faux de dire que l'universalisation peut être une forme de diégétisation. Cependant, lors de la création d'une œuvre vidéoludique, il arrive souvent que l'univers du jeu soit construit bien avant

l'histoire. Dans cette optique, il est encore plus difficile d'intégrer une conscience du récit dans le processus de création du monde virtuel. Gérard Genette mentionne dans *Nouveaux discours sur le récit* que la diégèse : « est un univers, plutôt qu'un enchaînement d'actions » [Genette, 1983 :13]. Cette affirmation sera aussi soulignée par Roger Odin qui ajoutera :

Il n'y aurait donc de diégèse qu'à l'intérieur d'une construction narrative. Pourtant, l'effet diégétique peut être produit sans qu'il y ait récit. On peut par exemple, construire un espace diégétique sur un mode purement *descriptif* : on peut décrire un marché au lieu de le raconter; il suffit, pour cela, de construire le texte sur des relations spatiales [2001 :22].

Dans la majorité des jeux vidéo, la narration se construit avec l'aide du joueur et à partir d'un enchaînement d'actions que le participant effectuera grâce aux propositions du créateur. L'exploration du monde virtuel et le récit qui s'y construira, au fur et à mesure que le joueur prendra part à l'action, sont soigneusement calculés et analysés à priori par le créateur. Je ne veux pas faire dériver inutilement cette recherche sur le sujet de la narration dans les jeux vidéo. Il est temps pour moi en tant que praticien d'amener le débat ailleurs, sur un terrain plus concret. Cependant, il ne fait pas de doute dans mon esprit que d'autres métiers liés à la création d'un jeu vidéo, comme celui du scénariste, pourront effectivement utiliser les théories narratologiques à bon escient dans la pratique de leur métier. Pour ma part, je m'en tiendrai à ma tentative de proposer une terminologie s'approchant le plus près possible de celle utilisée régulièrement dans l'industrie du jeu vidéo. L'universalisation se

rapprochera alors de termes comme *game setting* ou *game world abstractions* ou tout simplement *game world*.

Dans la première partie de ce mémoire, je tenterai, à partir des écrits disponibles, de déterminer ce que comprend l'univers d'un jeu vidéo. Le terme *setting* souvent utilisé en anglais, ne définissant que très maladroitement toute la complexité de ce sujet, je proposerai des alternatives plus favorables à une définition globale de l'« univers » de jeu. Je m'efforcerai par la suite, lors de la seconde partie, de déterminer comment nous pouvons arriver à identifier clairement le joueur qui aura à entrer en contact avec le jeu et à participer à cet univers créé en totalité ou en partie pour lui. J'y analyserai aussi comment la connaissance de la culture du joueur et la connaissance collective peuvent influencer la création. J'utiliserai alors des concepts proposés entre autres par Umberto Eco, Henry Jenkins et Pierre Levy.

Pour terminer, je me servirai d'exemples concrets, c'est-à-dire les jeux *Grand Theft Auto : Vice City* (Rock Star North, 2002; figure 1) et sa suite *Grand Theft Auto : Vice City Stories* (Rock Star North, 2006; figure 1), afin d'étayer mes propos et leur apporter une dimension pratique. Je justifie le choix de *Grand Theft Auto : Vice City*, non pas seulement par son impact économique (14 millions de copies vendues), mais surtout par son importance culturelle et ses fortes influences cinématographiques. Il me semble primordial de choisir une œuvre qui puisse générer une réflexion

sur plusieurs domaines connexes touchant, de près ou de loin, les études cinématographiques et les nouveaux médias.

[illustration retirée / image withdrawn]

[illustration retirée / image withdrawn]

Figure 1: Les jaquettes de *Grand Theft Auto: Vice City* (Rock Star North, 2002) et *Vice City Stories* (Rock Star North, 2006).

Avant de me lancer plus en avant dans l'étude de l'universalisation, j'aimerais mentionner que cette recherche ne fera qu'effleurer le vaste domaine des mondes virtuels. J'éviterai aussi de m'égarer dans les débats entourant le potentiel ludique de ceux-ci. Comme toute forme de création virtuelle, ces mondes sont assujettis au concept d'« universalisation » sans que l'on soit obligé de déterminer qu'il s'agisse ou ne s'agisse pas d'un jeu. Je ne me demanderai pas, entre autres, si *Second Life* (Linden Lab, 2003) est un jeu vidéo à part entière, mais plutôt comment l'universalisation intervient dans le cadre de ce type de monde virtuel.

D'ailleurs, Richard A. Bartle, auteur de *Designing Virtual Worlds*, décrit les mondes virtuels de façon beaucoup trop exclusive :

Although more abstract versions can, and do, exist, most virtual worlds adhere to certain conventions that distinguish them from related non-real spaces. The most important of these are:

- The world has underlying, automated rules that enable players to effect changes to it (although not to the rules that grant them this ability). This is the world's physics.
- Players represent individuals "in" the world. They may wield partial or total influence over an army, crew or party, but there is only one game entity that represents them in the world and with which they strongly identify. This is their character. All interaction with the world and other players is channeled through characters.
- Interaction with the world takes place in real time. When you do something in the world, you can expect feedback almost immediately.
- The world is shared.
- The world is (at least to some degree) persistent.

A chat room would not be a virtual world because it has no physics; a strategic wargame doesn't map the player onto a single character through which that player acts; a play-by-email game doesn't run in real time; a single-player game is not shared; a first-person shooter isn't persistent [2003: 3].

Je ne pourrai donc pas me permettre d'ouvrir un second débat sur la nature même des mondes-jeux dans lesquels je puiserai les exemples appuyant ma recherche. Même si la définition de Bartle englobe beaucoup de notions intéressantes concernant la représentation vidéoludique, elle demeure trop restrictive pour être généralisée au large univers des jeux vidéo.

Chapitre 1 : Qu'est-ce que l'universalisation ?

Avant d'entrer dans le vif du sujet, il est important, selon moi, de bien expliquer comment j'utiliserai le terme « universalisation » tout au long de ce mémoire. Pour éviter la confusion linguistique, j'utiliserai ce terme pour désigner le processus de conceptualisation et de conception de l'univers d'une œuvre vidéoludique. Un peu plus loin, je prendrai soin de bien cerner ce qu'implique l'utilisation de ce terme et, par le fait même, j'identifierai les composantes qui entrent dans la définition même de l'universalisation. Quoique trop jeune et trop fragile pour être épistémologique, cette définition servira de base pour la suite de ma réflexion et se voudra englobante, tout en demeurant la plus précise possible.

Puisque je m'en servirai plus tard pour expliquer certains processus créatifs adaptés à *l'intelligence collective* de Pierre Lévy¹, je ne mettrai pas complètement de côté l'idée de l'universalisation tel que convenu au sens propre du terme, c'est-à-dire dont la portée est générale, qui s'étend à tout, à tous ou partout.

Dans le contexte d'une œuvre vidéoludique, le terme « univers » correspond habituellement à tout à la fois. Un peu comme s'il agissait d'une œuvre de Jules Verne, l'univers fait référence aux personnages, au récit, aux mondes physiques et imaginaires, et parfois même à toute une poésie (ou fantasmagorie) qui s'en dégage.

¹ Concept élaboré par Pierre Lévy dans *L'Intelligence Collective* [1997].

Il se manifeste (l'univers de l'écrivain) : — par le choix des certains sujets relevant des préoccupations dominantes (...) — par la création de certains personnages qui se ressemblent... — par une certaine constance dans les rapports entre ces personnages (...) — par une certaine attitude de l'écrivain devant la vie (...) — par une certaine conception du monde et de l'homme (...) — par l'obsession de certains rythmes, de certains spectacles ou de certaines images [Benac, 2002: 519].

Il faut ici faire la distinction entre l'univers de création et l'univers créé. Le premier renvoi à tout ce qui nourrit l'imaginaire et l'inspiration de l'auteur tandis que le second est le résultat de la création. Dans le cas qui nous concerne, même si l'univers de création influence fortement l'univers créé, c'est sur ce dernier que s'appliquera l'universalisation. Cependant, la nature interactive de l'œuvre vidéoludique ne permet pas de fixer cet « univers » dans le temps. Il devra évoluer du début jusqu'à la fin de l'expérience du joueur. Ce n'est qu'à ce moment, s'il le veut bien, que le joueur pourra fixer définitivement cet « univers » une fois pour toutes, en gardant toujours la possibilité de le transformer à sa guise une seconde fois pour son propre plaisir.

« L'univers » d'un jeu vidéo n'est donc pas une création finale. Il a absolument besoin d'un tiers parti pour s'inscrire dans le temps. Le joueur est en quelque sorte un acteur/créateur qui permet l'émancipation de l'œuvre vidéoludique.

Quoique plusieurs concepteurs de jeux vidéo aient compris cela depuis belle lurette, ils cherchent tous désespérément la formule secrète pouvant leur permettre d'assurer au joueur une aventure inoubliable dans un monde passionnant. Très peu d'entre eux peuvent se vanter d'y

parvenir, et ceux qui y arrivent ont souvent bien du mal à expliquer eux-mêmes leur propre succès.

Mais de quoi est composé cet univers passionnant tant recherché? Même si nous ne pouvons pas à coups sûrs identifier une formule infaillible, nous pouvons nous pencher sur les éléments connus qui interviennent dans la conceptualisation d'un univers vidéoludique.

1a. La représentation du jeu

L'univers du jeu est avant tout influencé par la ou les façons que le créateur choisira pour représenter son œuvre. Désignée en anglais par l'expression « game representation », elle est décrite ici de façon très large par Katie Salen et Eric Zimmerman :

Beyond physical engagement with an input device, player also interact with the representation of a game on an interpretative level, bringing knowledge, assumptions, and expectation draw from the real world to bear on determining what depictions in a game might mean [2006: 71].

Selon ces deux théoriciens reconnus, tout ce qui fait partie de cette représentation du monde et de l'univers ne doit pas être cristallisé par le créateur. Au contraire, ce dernier doit être bien conscient que l'interprétation de la représentation peut être faite de différentes façons :

A system of game representations, whether depiction of gender, race, class, power, history, religion and politics, form a whole « universe of discourse » that can be interpreted and read in number of ways [2006: 71].

Si Salen et Zimmerman voient la représentation d'un jeu d'une façon quelque peu métaphysique, ce n'est pas le cas de vétérans créateurs comme Ernest Adams et Andrew Rollins. Ces derniers s'en remettent au fameux « setting », terme utilisé à outrance dans le domaine de la

production de jeu et qui est censé, dans le jargon du métier, englober toute la partie représentative de l'œuvre vidéoludique :

To someone who's playing a game for the first time, the setting is vital to creating and sustaining his interest. One of the essential functions of a game's setting is actually to sell the game in the first place. It's not the game's mechanics that make a customer pick up a box in a store, but the fantasy it offers: who you'll be, where you'll be, and what you'll be doing there if you play that game [2003: 57].

Toutefois, si on consulte attentivement les diverses définitions disponibles, on constate rapidement que le concept de « setting », tel que convenu dans le domaine narratif, n'englobe que le temps et l'endroit associés à une œuvre de fiction. La définition la plus commune est celle-ci : The locale or period in which the action of a novel, play, film, etc., takes place.² Force est de penser que l'utilisation du terme « setting » par Adams et Rollins doit être définie de façon beaucoup plus large et ne peut être restreinte au temps et aux lieux narratifs. C'est pourquoi un regard sur les jeux de rôles, frères par alliance des jeux vidéo, peut nous éclaircir davantage sur cette idée de « setting ».

Dans le domaine des jeux de rôles, le concept de « setting » est utilisé depuis les tout débuts. Par contre, comme ces jeux puisent régulièrement leur inspiration des mondes fantaisistes conçus de toutes pièces pour leurs propres besoins, les experts du genre parleront de monde construit (*Constructed World*). Le processus utilisé sera alors nommé construction d'univers (*Worldbuilding*). L'exemple ultime de ce genre de création demeure *Le Seigneur des Anneaux* [J.R.Tolkien, 1954] qui verra son univers limpide repris et revisité d'innombrables fois.

² Définition choisie tirée de Dictionary.Com : <http://dictionary.reference.com>

Au-delà des qualités universelles des mondes comme ceux de Tolkien ou de Gyax et Arneson (les créateurs de *Dungeons & Dragons*, 1974), on peut retirer de ces œuvres des constantes thématiques et méthodologiques qui nous aident à comprendre le processus créatif et bien sûr à l'analyser.

Dans une entreprise de conception d'un *monde construit*, on remarque deux méthodes antagonistes. La première que l'on peut nommer macro-dynamique ou descendante (*Top-down*), consiste à créer une vue d'ensemble du monde en débutant généralement par la description de ses habitants, son climat, ses particularités géographiques et ses grandes lignes historiques. Par la suite, des spécificités seront ajoutées à tous les ensembles pour en arriver à un descriptif extrêmement précis et riche en possibilités ludiques. La seconde méthode va agir à l'inverse de façon micro-dynamique ou ascendante (*Bottom-up*) en établissant tout d'abord les liens entre des détails importants pour ensuite créer un ensemble de systèmes qui vont former un tout social, culturel, économique et politique. Cette méthode est d'ailleurs utilisée fréquemment lors de la conception de mondes basés sur les concepts d'émergence qui sont apparus en forces dans le domaine vidéoludique au tournant du XXI^e siècle.

Qu'importe la méthode utilisée pour faire naître de l'imagination de son créateur un monde complexe servant à des fins ludiques, on peut remarquer un certain nombre de paramètres récurrents qui peuvent nous servir de base à la définition des composantes du processus d'universalisation :

- Le contexte géographique
- Les habitants
- Les développements technologiques
- L'historicité
- La structure sociale

Nous pourrions nommer ces cinq champs de conception, « composantes premières », car ils sont quasi intrinsèques à tout processus de construction d'un univers (*Worldbuilding*).

Certes, cette appellation de « composantes premières » se veut englobante et n'a pas la prétention de décrire de façon systématique toutes les résultantes de *mondes construits*. Il faut cependant déterminer de façon précise les divers paramètres intervenant dans la majorité de ces processus.

De plus, chacun de ces paramètres généraux englobera un ou plusieurs sous-groupes (tableau 2) permettant d'élargir l'impact qu'aura l'universalisation sur l'œuvre construite. Dans le cas de l'utilisation de la méthode macro-dynamique, on pourrait identifier les champs connexes de cette façon :

Géographie	Le climat, les cartes (limites physiques), la composition chimique du monde et les ressources disponibles.
Habitants	La flore, la faune et les civilisations.
Technologies	Les cycles de production, l'utilisation des ressources et les développements militaires.
Historicité	Histoire géographique, l'histoire des civilisations, et les événements historiques marquants.
Structure sociale	La politique, le commerce, les interrelations et les cultures dominantes.

Tableau 1 : Exemple de sous-groupes liés à des composantes premières.

Tous ces éléments formeront ce que l'on appelle souvent dans le jargon du métier de concepteur : le monde du jeu (*Game World*). Or, cette partie de la conceptualisation est souvent reléguée à une simple interprétation physiologique de l'univers de jeu et rarement y inclut-on des considérations métaphysiques qui mènent à un « univers du discours »³ et qui englobent tous les éléments requis au processus d'universalisation que je tente d'éclaircir ici. Nous devons donc aller un peu plus loin dans le processus et nous attarder à ce qui fait la particularité du jeu vidéo, c'est-à-dire, le besoin de correspondance.

1b. La correspondance du jeu

Si les études cinématographiques et littéraires nous ont aidés à saisir des notions fortes quant aux concepts de représentations dans le domaine vidéoludique, elles n'ont pas encore pu être d'un grand secours concernant le besoin de correspondance qu'ont les joueurs qui s'adonnent à leur passe-temps favori. Ce besoin de correspondance est lié à la nature interactive des jeux vidéo dans lesquels imaginer ne suffit pas, il faut aussi agir. Le concept de « fictionnalisation »⁴ tel que décrit par Roger Odin prend ici tout son sens. Dans un jeu comme *Grand Theft Auto : Vice City*,

³ Emprunté à Salen & Zimmerman.

⁴ Roger Odin décrit ce concept dans son ouvrage : *De la fiction*. Il résume la « fictionnalisation » de cette façon à la page 11 : « En terme d'expérience (vécue par le lecteur, visée par le destinataire), je caractériserai la « fictionnalisation » comme le mode qui me conduit à vibrer au rythme des événements fictifs racontés et dénommerai effet fiction, l'effet ainsi produit. Prenant appui sur cette base phénoménologique, je construirai théoriquement le mode « fictionnalisant » comme un système de processus articulant des opérations qui correspondent à autant de tâches à accomplir » [2001: 11].

le joueur ne veut pas seulement reconnaître la Ferrari Testarossa, mais il veut aussi pouvoir la conduire. Pourtant, il y a de fortes chances que ce joueur n'ait jamais conduit un tel véhicule, ni même qu'il en ait déjà vu une ailleurs que dans les médias. Toutefois, il aura en lui une conviction qu'il sait ce que devrait ressentir le conducteur d'un tel véhicule. Il saura rapidement si non seulement la représentation est juste, mais si la correspondance répond à son imaginaire. Cet imaginaire sera forgé par toutes les images et impressions qu'il aura reçues depuis l'enfance et qui l'auront amené à considérer des expériences qu'il n'aura pas vécues comme étant plausibles, conformes, ou encore mieux (selon le langage souvent utilisé par les joueurs), « réalistes ». C'est alors que le concept de « réalisme » devient de plus en plus abstrait et que le joueur répondra à un « modèle réaliste » qui sera formé de toutes les expériences de la connaissance collective qu'il aura absorbées à travers les médias.

Chris Bateman et Richard Boon décrivent ce concept dans leur livre

21th Century Game Design:

Instead of an appeal to objective reality, we can build the logic and reality of a game to provide what players *expect* to encounter, not what they would encounter in reality. Ironically, suspension of disbelief can be higher in a game with this approach, because a person's reality is entirely in their own mind (and even those experiences of objective reality that they might have are mediated by their belief system).

A simple example is the sound of gunfire. People do not tend to immediately recognize the sound of real guns being fired because they are used to encountering it in a Hollywood context, and films prefer to make gunfire sound deep and resonant, rather than the hollow popping which is closer to reality [2006: 156].

Il m'est aussi arrivé, lors de mes expériences professionnelles comme coordonnateur de « playtests »⁵ pour la compagnie Ubisoft, d'être confronté à des situations semblables. La plus frappante se déroula en 2005 lors de tests menés sur le jeu *America's Army: Rise of a Soldier* (Secret Level / U.S. Army). Nous devions recueillir les commentaires de joueurs venus tester le jeu dans nos studios. Les commentaires devaient porter sur l'impression de réalisme quant à l'expérience militaire vécue lors de l'aventure. Le jeu, conçu par l'armée américaine, voulait mettre l'accent sur un véritable maniement des armes et sur des scènes de combats reproduites à partir d'expériences vécues. À leur grande surprise, la majorité des participants ont formulé des commentaires plutôt négatifs sur l'aspect réaliste du produit. En comparaison avec les autres jeux de guerre du même style, *America's Army: Rise of a Soldier* faisait piètre figure à leurs yeux. Cette critique était en grande partie due au manque de réalisme des armes et de la lenteur des combats terrestres. Pourtant, l'équipe de développement de l'armée américaine avait tenté de faire du réalisme la force principale de l'expérience de jeu.⁶ Cet exemple démontre à quel point il peut exister une distorsion entre la réalité et ce que nous entendons par la notion de réalisme dans le monde vidéoludique. Il est plus pertinent de parler des modèles forgés par les autres médiums, plutôt que d'un terme

⁵ Les « playtests », que l'on pourrait traduire maladroitement par « tests d'utilisateurs » font partie d'une étape extrêmement importante lors de la création d'un jeu vidéo. Ils servent à vérifier la validité et la fonctionnalité de tous les éléments inclus dans leur jeu. Cela va de la jouabilité jusqu'à l'appréciation subjective des participants. Ils sont l'équivalent dans le processus, des « screen tests » au cinéma.

⁶ Les informations concernant ce projet étant protégées par une entente de non divulgation, il m'est impossible de fournir des détails plus précis ou des témoignages approfondis. Comme ce projet n'a pas encore fait l'objet d'un post mortem, les informations complètes sur ce sujet demeurent confidentielles.

absolu. Selon Boon et Bateman, il est même plus simple pour le concepteur de se rallier à cette logique plutôt que de tenter en vain de la confondre :

The problem is an appeal to the player's personal sense of reality is that everyone's personal reality is inherently different, so we need a mechanism to generalize expectations. Fortunately, the logic of TV and films forms a canon of expectations that can be drawn upon with some confidence, as these media have replaced the fireside legend as our key source of narrative mythology [2006: 157].

L'acceptation des « modèles réalistes » est alors une forme de survie pour permettre au joueur de « jouer le jeu » et de ne pas briser l'illusion convenue dans le concept même que Samuel Taylor Coleridge a nommé *suspension of disbelief*⁷. Janet Murray remodelera ce concept en le nommant « création active de croyance »:

The pleasurable surrender of the mind to an imaginative world is often described, in Colridge's phrase, as "the willing suspension of disbelief". But this is too passive a formulation even for traditional media. When we enter a fictional world, we do not merely "suspend" a critical faculty; we also exercise a creative faculty. We do not suspend disbelief so much as we actively create belief. Because of our desire to experience immersion, we focus our attention on the enveloping world and we use our intelligence to reinforce rather than to question the reality of the experience [1997: 100].

Cette formulation de Murray s'adapte plus facilement aux études vidéoludiques. La « création active de croyance » est un aspect de taille lorsque vient le temps de parler d'immersion et de correspondance.

⁷ Le concept de « *Suspension of disbelief* » fut introduit pour la première fois par Samuel Taylor Coleridge dans *Biographia Literaria or Biographical Sketches of My Literary Life and Opinions* (chapitre 14) en 1817 et met en lumière la disposition exceptionnelle que prend le spectateur face à l'œuvre d'art pour lui permettre de passer outre aux accroc irréalistes que dépeignent les œuvres de fictions. Il permet aussi à ce même spectateur d'accepter les limites du médium pour lui permettre de faire abstraction de ses incongruités.

Concernant l'idée de correspondance associée aux jeux vidéo, Alexander R. Galloway l'introduit bien dans *Gaming : Essays on Algorithmic Culture* :

In gaming the concept of representation does not account for the full spectrum of issues at play. Representation refers to the creation of meaning about the world through images [...] but because games are not merely watched but played they supplement this debate⁸ with the phenomenon of action. It is no longer sufficient to talk about the visual or textual representation of meaning [2006: 71].

Galloway en remet ensuite en conseillant aux théoriciens d'explorer davantage cette facette méconnue de l'universalisation :

Instead the game theorist must talk about actions, and the physical or game worlds in which they transpire. One might call this a problematic of "correspondances" (rather than just "representation") [...] One is prompted to return to Aristotle's notion of mimesis in the Poetics. And indeed this is crucial. But Johan Huizing reminded us many years ago in his writings on play, "It is *methectic* rather than *mimetic*" [2006: 72].

Nous pourrions même séparer les univers vidéoludiques en deux camps selon Galloway : Les *photos réalistes* et les *sociaux réalistes*. Les photos réalistes utiliseraient davantage les mécanismes de représentation et les sociaux réalistes auraient recours à la correspondance :

But realistic narrative and realistic representation are two different things. So these two piles start to blur. For instance, listening to music, ordering pizza and so on in *The Sims* (figure 2A) is most probably closer to the narratives of normal life than is storming an enemy base in *SOCOM* (figure 2B), despite the fact that the actual visual imagery in *SOCOM* is more realistically rendered than the simplistic avatars, isometric perspective, and non-diegetic wall cutaways in *The Sims*. Likewise *Unreal Tournament 2003* has a more photo realistic graphics engine than *Grand Theft Auto III*, but the former's narrative is sci-fi fluff at best, leaving it at a loss for realism. During the Cold War, games like *Missile Command* (1980; figure 2C) presented a photorealist anxiety narrative about living under the threat of nuclear annihilation, yet the game's interface remained highly unrealistic and abstract [2006: 72-73].

⁸ Galloway fait allusion aux débats sur la représentation qui sont presque toujours reliés à des questions d'images.

Évidemment, ce genre de distinction nous aide à identifier la forme plutôt que le contenu. Il n'en demeure pas moins que cette précision me sera utile plus tard lorsque j'analyserai les impacts de l'universalisation sur une œuvre comme *Grand Theft Auto : Vice City*.

[illustration retirée / image
withdrawn]

[illustration retirée / image
withdrawn]

[illustration retirée / image
withdrawn]

Figure 2: A: *The Sims* (Maxis, Electronic Arts, 2000), B: *SOCOM: US Navy Seals* (Zipper Interactive, Sony, 2002), C: *Missile Command* (Atari, 1980).

1c. Définition concrète?

Ces quelques théories m'amènent à formuler rétrospectivement ce que j'utiliserai comme définition de l'universalisation tout au long de ma recherche.

L'universalisation sera alors définie comme le processus de création d'un univers virtuel ayant pour but de représenter et correspondre aux sens (signes—relations) véhiculés par son auteur et actualisés par le joueur. Elle comprend à la fois le monde construit, le *setting*, la physique et tous les indices représentatifs utilisés consciemment ou non par le créateur, pour créer l'ensemble de l'« univers du discours ».

Comme en parlent encore une fois Salen & Zimmerman dans leur analyse de la représentation :

Cultural representation can be a conscious or unconscious part of a game's design. Regardless of designer intention, games can be powerful spaces for players to learn about play with, and even transform culture [2006: 73-74].

Pour les praticiens, l'universalisation peut être vue comme une version approfondie et plus complexe de ce que Boon et Bateman définissent *The First Principle Method* :

A game that is developed from first principles takes a long view of the design process. The steps could be described as follow:

Goals → Game World Abstraction → Design → Game

Using this method, you start by determining what you want to do, and then you determine the nature of your game world abstraction. Only when you know the nature of the intended game world abstraction do you proceed to design and the implementation [2006: 5].

Je proposerai donc, en résumé de cette première partie, le diagramme suivant qui formalisera mon concept d'universalisation (voir la figure 3):

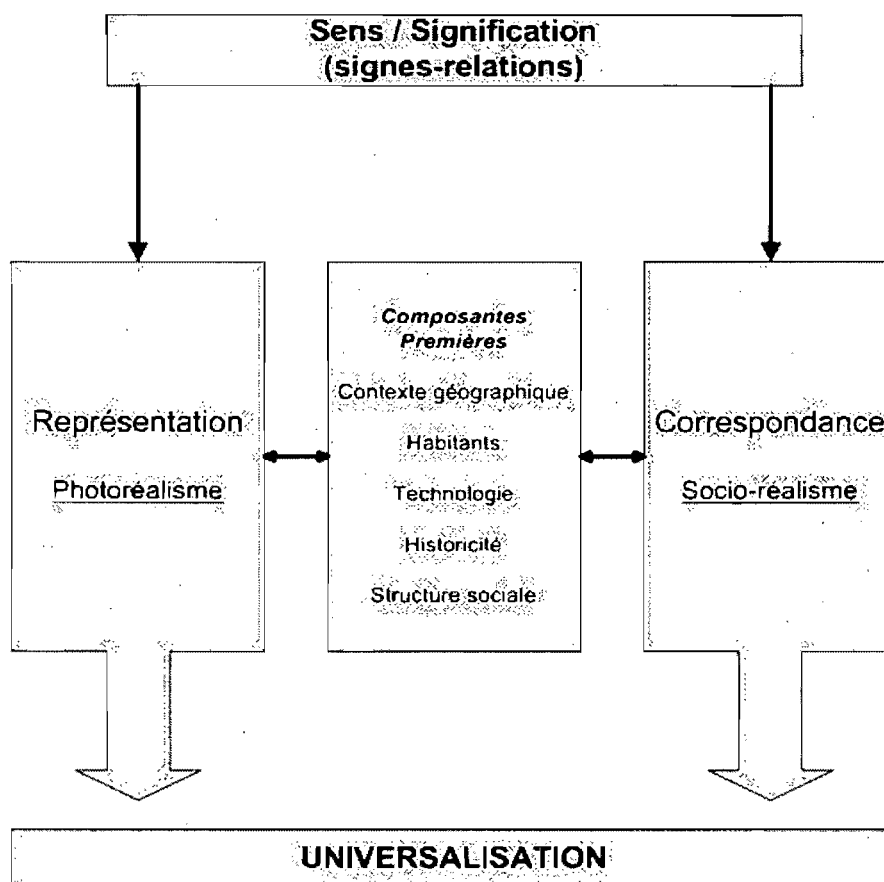


Figure 3 : Diagramme formel de l'universalisation.

Cette conceptualisation m'amène à poser la question suivante: comment peut-on, dans un contexte de création d'une oeuvre vidéoludique, être totalement conscient de toutes les possibilités que nous offrons au joueur? D'une part, il faut admettre qu'une partie de cette question relève de l'utopie, et qu'y répondre aurait pour but de briser une grande partie de l'illusion et de la magie du jeu. D'autre part, il est possible de s'interroger sur une partie du processus créatif aussi importante que l'universalisation et nous demander comment nous pourrions mieux la cerner, la comprendre et, peut-être, y apporter de nouvelles pistes de réflexions et d'expérimentations.

ξ Cela est, je l'avoue, le but de la démarche que j'entreprends ici. En parvenant à proposer de nouvelles avenues dans la suite de cette recherche, j'espère initier quelques idées qui pourront servir à la théorie et surtout à la pratique du 10^e art.

Chapitre 2 : L'universalisation vs le joueur

En tant que médium populaire, le jeu vidéo est conçu spécifiquement pour un public cible qui, la plupart du temps, est déterminé par nombre de théories et d'études de marketing⁹. De nos jours il est très difficile de dissocier la création et la mise en marché lorsqu'il s'agit de produits de consommation. Les créateurs de jeux vidéo sont très souvent contraints à se résoudre à des plans précis issus des stratégies de la commercialisation pour faire ou justifier des choix créatifs qui, dans l'absolu, ne devraient pas être reliés à quelques études commerciales que ce soit. L'étude de marché est pourtant l'un des parasites les plus dévastateurs pour les ambitions créatives des auteurs vidéoludiques.

Cette entrée en matière justifie le choix soutenu de ne pas tenir compte des processus de marketing dans mes recherches sur l'universalisation. Il me semble important de bien délimiter ces territoires qui sont très difficiles à dissocier lorsque vient le temps de la mise en pratique, mais qui doivent faire chambre à part dans un processus de recherche et de réflexion. Tel qu'indiqué depuis le début, c'est le processus créatif qui est ici étudié, et non sa distribution comme objet ludique dans la population.

⁹ Lors de mon expérience comme concepteur de jeux vidéo chez Ubisoft, j'ai régulièrement eu à travailler avec les groupes de recherche et de marketing qui dictent les besoins de production en se fiant aux tendances des marchés de consommation. Un jeu est très rarement issu d'une idée conceptuelle originale, mais plutôt des opportunités d'affaires observées par les professionnels du marketing qui vont flairer les tendances des consommateurs plusieurs mois à l'avance. Je peux affirmer que très rarement une production vidéoludique est mise en branle pour concrétiser l'œuvre d'un créateur visionnaire. La plupart du temps, la conception d'un jeu vidéo vient à la suite de l'identification d'un besoin hypothétique chez un groupe de consommateurs ciblé. Pour assurer l'efficacité d'un tel processus, des budgets assez généreux sont mis à la réalisation d'études et de théories marketing.

Ainsi, j'aborderai dans les pages qui suivent l'impact de l'universalisation sur le joueur, en mettant en relief des théories sémiotiques intimement liées au processus de création qui devraient être exempt de contraintes commerciales.

2b. Le Joueur Modèle

L'impact du joueur dans la conception d'un monde virtuel est crucial car ce joueur sera l'acteur, l'utilisateur, l'interprète, le coopérateur et parfois même le cocréateur de l'espace virtuel. Comme le résumait bien Katie Salen et Eric Zimmerman:

Game spaces allow for and restrict player action, whether the wide open cityscapes of *Grand Theft Auto*, or the grooved tracks of *Frequency* and *Amplitude*. As representational systems with spatial dimensions, games give players a chance to build meaning through spacialized interaction [2006: 65]. (figure 4)

[illustration retirée / image withdrawn]

[illustration retirée / image withdrawn]

Figure 4 : Les ancêtres de *Rock Band* (Harmonix, 2007). A gauche, *Frequency* (Harmonix, 2001). À droite, *Amplitude* (Harmonix, 2003).

Pour illustrer une partie de l'importance de la relation entre le créateur et le joueur, j'utiliserai certaines théories introduites par Umberto Eco dans *Lector in Fabula* [(1979) 1989]. Eco s'interroge sur le rôle du lecteur et, de façon intrinsèque, tente d'établir comment le texte ainsi que

l'auteur prévoient le lecteur¹⁰. Il apparaît qu'un grand nombre de propositions faites par Eco peuvent servir de réflexion quant à l'impact qu'aurait l'universalisation sur le joueur potentiel. Évidemment, Eco utilise ces concepts dans le champ des études littéraires et je suis très loin de croire que tout le contenu de *Lector in Fabula* puisse être appliqué au monde vidéoludique. De plus, cette recherche ne veut pas répéter les théories de la littérature ergodique qu'Espen J. Aarseth a déjà bien détaillées dans son ouvrage *Cybertext: Perspectives on Ergodic Literature* (1997). Je vais donc analyser le rapport à l'œuvre que propose Eco sans remettre en question les observations d'Aarseth concernant le lien existant entre la littérature imprimée et celle électronique. Aarseth s'efforce de bien analyser les relations qu'ont entre elles les théories des études littéraires et d'autres issues des études sur les nouveaux médias. Certaines de ses idées sont d'ailleurs résumées dans ce passage :

In the current discussions of "computer literacy," hypertext, "electronic language," and so on, there seem to emerge an explicit distinction between the printed, or paper-based, text and the electronic text, both with singular and remarkably opposing qualities. The arguments for this distinction are sometimes historical, sometimes technological, but eminently political; that is, they don't focus on what these textual genres or modes are but on their assumed functional difference from each other. Such a strategy is useful for drawing attention to, but less so for the analysis of, the objects thus constructed. It might have been tempting to follow this rhetoric in my investigation of the concept of cybertext and to describe a dichotomy between it and traditional, conventional literature; but the meaning of these concepts is unstable to the point of incoherence, and my construct would therefore probably have reached a similar degree of uselessness [Aarseth.1997: 17].

¹⁰ Dans son essai, Eco utilise le terme « lecteur » de préférence à destinataire. J'en ferai de même en utilisant le terme de « joueur ». Eco utilise aussi les termes « émetteur » et « auteur » pour définir le producteur du texte. J'en ferai donc de même en utilisant « créateur de jeu » et « concepteur de jeu » pour faire référence à celui qui conçoit l'expérience vidéoludique.

Sans entrer sur les sentiers foulés par Aarseth, j'utiliserai quelques propositions venant du monde des lettres pour étayer mon propos. Comme Eco utilise naturellement la notion de texte pour faire référence à l'œuvre littéraire, je conserverai cette appellation par respect pour son auteur, en prenant bien soin de mentionner que les concepts d'Eco ne me serviront pas de base analytique en ce qui a trait au contenu d'un jeu, mais bien au rapport déterminant entre le concepteur de jeu et le joueur à qui il s'adresse. Les points utiles soulevés par l'auteur dans son chapitre consacré au *Lecteur modèle* sont les suivants :

1. Tout texte (jeu) doit être actualisé par son lecteur (joueur).
2. Le lecteur (joueur) doit posséder une compétence grammaticale (vidéoludique) dans le but d'actualiser le message.
3. Un texte (jeu) est un tissu de « non-dits » prévus par l'auteur (le concepteur de jeu), qui doivent être actualisés par le lecteur (joueur).
4. Le texte (jeu) doit laisser une initiative d'interprétation au lecteur (joueur).

Ces quatre énoncés décrivent très bien plusieurs propriétés d'un jeu vidéo. La première propriété nous ramène à la notion d'interactivité qui est fondamentale à tout jeu vidéo. Sans l'interaction avec le joueur, un jeu vidéo est réduit à l'état d'objet ludique dépourvu de l'élément distinctif qui lui permet de se démarquer des autres formes de médium. L'implication du joueur est à la base même du processus de création d'un jeu vidéo. Tout concepteur est déjà conscient qu'il n'est pas le seul à intervenir sur l'objet

et, qu'une fois celui-ci mis entre les mains du joueur, il ne pourra plus avoir aucune emprise sur la façon dont le joueur actualisera le contenu du jeu.

Le deuxième énoncé nous rappelle que le joueur ciblé par le concepteur de jeu doit avoir les compétences nécessaires pour saisir les codes transmis. Sans cette connaissance, il est possible que ce qui est proposé dans le jeu ne soit pas compris. Ce phénomène, que j'utiliserai ultérieurement, Eco le nomme « présuppositions aberrantes » [p.65].

Le troisième point met en contexte ce qu'Eco décrit comme la coopération entre le concepteur de jeu et le joueur. Il s'agit d'une coopération intrinsèque dans le cadre d'un jeu vidéo puisque l'expérience de l'un sera mise en scène par l'autre au moyen de signes connus ou nouveaux, qui devront être proposés par le concepteur et compris par le joueur. Nous pourrions même parler en ce sens de « coopétition »¹¹, puisque l'épreuve initiée par le créateur doit, bien souvent, être réussie par le participant pour qu'une progression interprétative soit possible.

Le dernier point est, à mon avis, l'un des plus intéressants, car il transcrit la particularité non linéaire de l'œuvre vidéoludique qui ouvre des champs interprétatifs multiples à partir du moment où elle est mise en action par le

¹¹ Le terme « coopétition » est un néologisme formé des termes coopération et compétition. Il est surtout utilisé dans les milieux d'affaires depuis la parution de l'ouvrage *Co-Opétition : A Revolution Mindset That Combines Competition and Cooperation : The Game Theory Strategy That's Changing the Game of Business* (1996, Doubleday Business) de Barry Nalebuff et Adam Brandenburger. Inspiré avant tout des mathématiques et des théories du jeu, ce terme est utilisé de plus en plus dans le domaine de la conception vidéoludique. Il désigne principalement une expérience de jeu dans laquelle les participants devront s'allier pour atteindre leur but tout en gardant en tête qu'une ou plusieurs conditions de victoire demeureront de nature individuelle. Un des premiers jeux vidéo à utiliser ce concept sans le nommer fut *Mario Bros.* (Nintendo, 1983) qui permettait à deux joueurs de s'entraider pour réussir, tout en conservant des pointages individuels ayant un impact important sur le déroulement de la partie.

joueur. La volonté de plus en plus forte des créateurs de jeux à vouloir proposer des mondes ouverts accentue inévitablement cette donnée. Les mécaniques de jeu complexes, variables et interchangeables, doublées par la culture du « joueur-créateur »¹² qui est davantage appelée à participer concrètement au contenu du jeu par des ajouts personnalisés.

Des exemples comme *Sims Online* (Maxis, Electronic Arts, 2000) ou *Second Life* (Linden Lab, 2003), nous assurent que l'initiative d'interprétation dont parle Eco sera non seulement souhaitable, mais fera partie substantiellement de l'expérience vidéoludique future. Ce qui fera dire au créateur des *Sims*, Will Wright, lors d'une conférence à The Entertainment Gathering de Los Angeles en 2006 : « *Instead of putting players in the role of Luke Skywalker, or Frodo Baggins, I'd rather put them in the role of George Lucas* »¹³. L'importance que prend la coopération entre le concepteur et le joueur ne peut pas être mieux décrite.

Pour élaborer un « univers du discours » bien adapté au joueur, le créateur doit faire intervenir cette étape antérieurement au processus d'universalisation. Sans savoir à qui on s'adresse, il est inutile de se demander comment on doit s'adresser à lui. Les messages véhiculés dans l'œuvre vidéoludique devraient toujours être formulés à partir du moment

¹² Je fais référence ici aux utilisateurs s'inscrivant dans la nouvelle vague connue sous le nom de « User-Created Content (UCC) » telle que définie dans un rapport fait par l'OECD (Organisation of Economic Co-operation and Development) en 2006. Le rapport décrit le contenu généré par les utilisateurs comme étant : « un effort créatif fait à l'extérieur des pratiques et des routines professionnelles » [p.4]. Le rapport est disponible en entier ici : <http://www.oecd.org/dataoecd/57/14/38393115.pdf>.

¹³ Cité in : Borland, John. 2006. "Tomorrow's Games, Designed by Players as They Play", tiré d'un article paru sur CNET New.com disponible à cette adresse : http://www.news.com/2100-1043_3-6034630.html?part=rss&tag=6034630&subj=news.

où l'on sait à qui l'on s'adresse. Comment pourrait-on établir une stratégie qui ne tient compte que d'un seul des partis impliqués?

Dans un processus créatif comme l'universalisation, il apparaît primordial que le concepteur puisse bien savoir à qui il s'adresse. Qui est ce joueur ayant la capacité d'actualiser cet univers dans lequel on voudra le plonger? Trop souvent, les compagnies réduisent cette démarche à une étude de marché basée sur les intérêts et les habitudes d'achat des consommateurs. Cela fournit aux concepteurs un portrait imprécis et large, qui inclut tout le monde et personne à la fois. Les acheteurs ne représentent pas toujours les joueurs. Les groupes de consommateurs n'ont parfois rien à voir avec les communautés de joueurs. De plus, dans une entreprise de vente, on tente souvent de créer un besoin plutôt que d'en combler un. Résultat : le joueur potentiel est, d'ordinaire, une pure invention de marketing sans profondeur. Se fiant à des balises aussi approximatives pour l'aider à définir son projet, on retrouvera habituellement le créateur errant entre un jeu exploitant la saveur du mois et une œuvre nombriliste qui ne servira qu'à combler ses besoins personnels de joueur. Bateman et Boon font encore une fois une remarque très intéressante à ce sujet :

The other important aspect of statistics is that statistical data about a group tells you nothing about individuals in that group. For example it is well known that the majority of college students drink alcohol, but this statistic does not allow you to know whether any given college student drinks alcohol. Reasoning about the general tells you nothing about the specific [2006: 15].

Ironiquement, les deux auteurs tentent plus tard de proposer une méthode d'identification des types de joueurs basée sur les 16 types psychologiques

établis par le *Myers Briggs Type Indicator* (MBTI), théorie valable que si l'on reconnaît la valeur scientifique des recherches psychanalytiques. Dans cette optique, la psychologie tout comme la statistique ne peuvent être d'un grand secours.

Cependant, le concept qu'Eco expose dans son chapitre sur le lecteur empirique est une excellente base pour une théorie sur le Joueur Modèle. Ce Joueur Modèle défini par l'œuvre elle-même sera le point de départ du processus d'universalisation. En traçant bien le portrait de cet archétype, le créateur pourra mieux prévoir le joueur et lui offrir un monde dans lequel il sera intégré et par lequel il se sentira interpellé.

Pour bien mettre en place cette proposition sur le Joueur Modèle, je me servirai une fois de plus de *Lector in Fabula* :

Pour le moment, disons ceci : un texte postule son destinataire comme condition *sine qua non* de sa propre capacité communicative concrète, mais aussi de sa propre potentialité significatrice. [...] Cette condition évidente d'existence des textes semble par ailleurs se heurter à une loi pragmatique tout aussi évidente qui est enfin sortie aujourd'hui des oubliettes où l'avait reléguée l'histoire de la théorie des communications. Cette loi, on peut la formuler sous forme de slogan : *la compétence du destinataire n'est pas nécessairement celle de l'émetteur* [1989 : 64].

En rapport au lecteur, il faudra donc construire le récepteur en s'assurant de lui fournir les indices requis pour l'aider à actualiser les codes appartenant à l'univers qui lui est proposé.

Nous pouvons dire cela d'une façon plus précise : un texte est un produit dont le sort interprétatif doit faire partie de son propre mécanisme génératif ; générer un texte signifie mettre en œuvre une stratégie dont font partie les prévisions des mouvements de l'autre [1989 : 65].

Plus l'image du Joueur Modèle sera bien définie, plus le concepteur pourra prévoir ce joueur et le construire de façon à ce qu'il soit en symbiose avec

l'univers, l'aventure, les défis, les règles et les mécaniques de jeu qu'on lui propose. Il faut aussi comprendre que la démarche d'identification du Joueur Modèle est heuristique, car elle ne prétend pas à l'exactitude ni à l'interprétation. Prévoir son sujet n'est pas prévoir son interprétation, mais plutôt tenter de s'assurer de sa compréhension du « sens du discours » contenu dans un jeu. Dans le cas qui nous concerne, je serai prudent avec la notion d'interprétation utilisée par Eco, car elle pourrait rapidement nous faire basculer dans l'herméneutique. Cette identification précise du Joueur Modèle permettra au créateur de concevoir judicieusement sa stratégie créative. Voilà pourquoi je positionnerai l'identification du Joueur Modèle au tout début du concept d'universalisation.

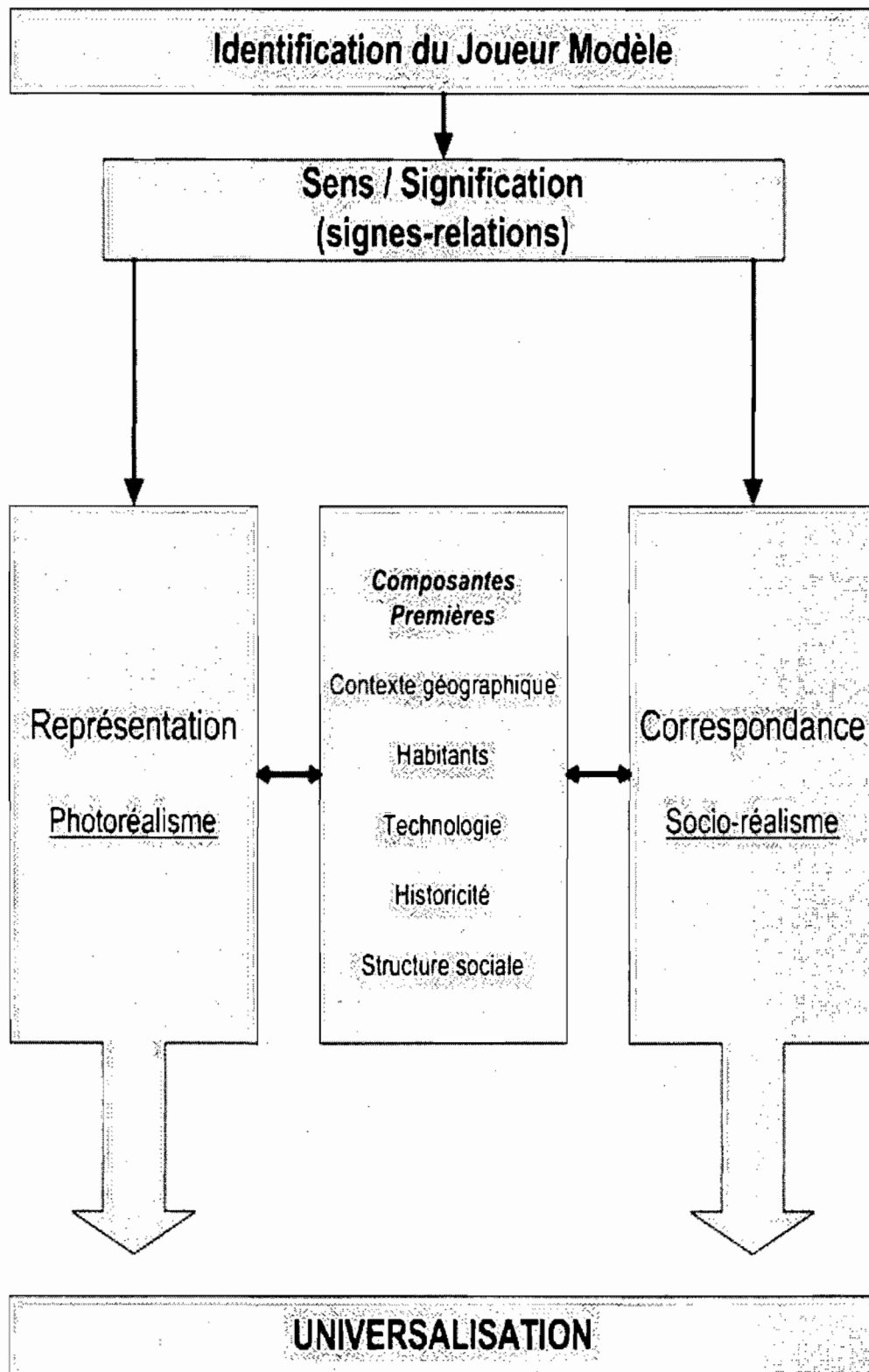


Figure 5 : Diagramme formel de l'universalisation incluant le Joueur Modèle.

2b. Bâtir sa stratégie

Lorsqu'il aura bien identifié son Joueur Modèle, le concepteur devra mettre au point sa stratégie créative. Encore une fois si l'on se réfère à Eco, cela peut sembler simple aux premiers abords :

Pour organiser sa stratégie textuelle, un auteur doit se référer à une série de compétences qui confère un contenu aux expressions qu'il emploie. Il doit assumer que l'ensemble des compétences auquel il se réfère est le même que celui auquel se réfère son lecteur. C'est pourquoi il prévoira un Lecteur Modèle capable de coopérer à l'actualisation textuelle de la façon dont lui, l'auteur, le pensait et capable aussi d'agir interprétativement comme lui a agi générativement [1989 : 68].

Il faut ici prendre en considération que contrairement à un texte écrit, un jeu vidéo est en proie à un processus d'expérimentation auquel un texte littéraire est rarement soumis. À moins d'effectuer un travail analytique, un lecteur ne relit pas plusieurs fois chaque page d'un texte pour vérifier quelle serait la façon optimale de comprendre un passage, ou d'interpréter une image. Quoique l'on puisse le faire dans le cadre des études littéraires, une gymnastique du genre est rarement commune chez le lecteur ordinaire. Cependant, lorsqu'il est question d'un jeu vidéo, l'expérimentation (l'essai et l'erreur) fait partie intégrante de l'expérience de jeu. Il relève donc d'une entreprise colossale pour le concepteur de planifier toutes les présuppositions erronées possibles ne s'inscrivant pas dans sa stratégie créative. C'est pourquoi, dans un jeu, nous utiliserons souvent un système de récompenses, bonifiant les bonnes actions de la part du joueur. Cela n'invalide pas les possibilités de présuppositions aberrantes qui sont parfois nombreuses dans le domaine du jeu. Souvent, il faut s'en tenir à ce système de valorisation de la compréhensibilité

construit à partir de quêtes et de récompenses pour définir la stratégie du créateur.

Prenons l'exemple du jeu *Bully* (Rockstar, 2006) qui permet au joueur de vivre les aventures d'un jeune étudiant collégial américain qui interagit avec ses compagnons de classe, ses professeurs et le personnel de soutien de l'école. Tout a l'air inoffensif jusque-là. Mais si l'on connaît bien la compagnie Rockstar, habituée à la controverse, nous ne pouvons en rester là. Le journaliste vidéoludique Jeremy Dunham, affilié à l'important site IGN, tente de minimiser, dans une de ses critiques, les éléments du jeu suscitant un malentendu :

While the game is surely packed with an abundance of off-color humor and some gross situations (the cook sneezing into a stew comprised of month-old meat is probably the worst), the material here doesn't stray too far out of line. Granted, there may be moments where one's personal beliefs are challenged (re: players can "learn" to kiss better in order to restore their health, bullies can be humiliated with Indian burns and dead arms, and Jimmy does have the option to kiss specific boys just as he can girls), but again, this content is no different than what you'd see in any of the teen dramas currently airing on television. That explanation may sound acceptable to you or it may not, but either way, there it is [Dunham, 2006:2].

Le jeu en question propose au joueur une série d'interactions possibles avec les personnages qui l'entourent, dont celle d'embrasser une fille ou un garçon pour recouvrer un peu d'énergie. Le personnage contrôlé par le joueur étant masculin, les créateurs du jeu furent taxés d'encourager les échanges physiques entre personnes de même sexe, plus particulièrement dans ce cas-ci, entre deux hommes. Pourtant, si l'on y regarde à deux fois, le joueur n'est pas encouragé outre mesure à utiliser cette fonction du jeu, car qu'ils soient masculins ou féminins les personnages secondaires récompenseront de façons identiques le joueur

pour un baiser réussi. Il ne s'agit pas ici d'encouragement, mais plutôt de liberté. Le joueur est laissé libre d'explorer à sa façon la vie sexuelle du protagoniste. Je pourrais même avancer que, comme le modèle le plus fort dans notre société demeure l'hétérosexualité, l'idéologie dominante inciterait même le joueur à aller naturellement vers les personnages féminins. Il serait plausible de penser que les concepteurs ont élaboré leur stratégie discursive en ce sens. Cependant, était-il nécessaire d'empêcher le joueur de faire des choix homosexuels dans *Bully*? Les concepteurs auraient-ils dû sacrifier la liberté du joueur pour préserver une stratégie d'interprétation précise? Il est évident que le choix, qu'il soit conscient ou non, de laisser pleine liberté au joueur quant à son orientation sexuelle virtuelle ouvre la porte toute grande à plusieurs formes de présuppositions aberrantes. Comme le précise bien Eco encore une fois en amendant la sémiotique peircienne :

Cependant, si la chaîne des interprétations est infinie, comme nous l'a montré Pierce, l'univers de discours intervient pour limiter le format de l'encyclopédie. Et un texte n'est pas autre chose que la stratégie qui constitue l'univers de ses interprétations, sinon légitime, du moins légitimable [1989 : 74].

Un bel exemple de légitimité est celui de Dene Carter, directeur créatif pour le studio anglais *Lionhead*. Dans un entretien accordé à Bryan Ochalla pour le compte d'un article paru sur le site souvent référencé dans le domaine du jeu, *Gamasutra*, Carter s'exprime sur le fait qu'un de leurs jeux, *Fable* (Peter Molyneux, Lionhead Studios, 2005) permette au joueur des actions similaires à celles de *Bully* :

"It was not so much a question of overt inclusion as a reluctance to remove something that occurred naturally in the course of creating our villagers' artificial intelligence," he says. "Our villagers each had

a simple concept of 'attraction to the hero.' We'd have had to write extra code to remove that in the case of same-sex interactions. This seemed like a ridiculous waste of time."

Once the option was "discovered," however, Carter and crew embraced it, despite their reservations as to how the gaming industry and the general public would respond.

"While not everyone in the gaming industry is heterosexual, it was always a question: 'Will this cause us problems?' We knew there were some parties—those who frequent the online boards in particular—who would be violently opposed to such content, and would make their personal bias known in the most vocal and negative way possible," he shares. "We considered the impact of such reactions, and far from discouraging us, it made us realize that a positive decision could be seen as an important stance and support of tolerance. Microsoft said from the beginning that they'd countenance almost anything we saw fit to place in the world, as long as it fit into the world! They were true to their word" [Orchella, 2006].

[illustration retirée / image withdrawn]

[illustration retirée / image withdrawn]

Figure 6 (à gauche): Un baiser controversé dans *Bully* (Rockstar Vancouver, 2006).

Figure 7 (à droite): L'homme rose dans *Fable* (Lionhead Studios, 2005).

Ce commentaire nous montre que si prendre part à une expérience vidéoludique est une aventure expérimentale en soi, la création même de l'œuvre relève souvent des mêmes procédés. Il n'existe donc peut-être pas tant de différences entre le processus génératif et celui interprétatif.

Bien souvent la stratégie créative commande de tenter de se mettre à la place du récepteur et d'essayer de prévoir sa réaction. Eco utilise lui-même la théorie du jeu pour imaginer le processus amenant à identifier le Lecteur Modèle :

Dans la stratégie militaire (ou dans celle des échecs, disons dans toute stratégie de jeu), le stratège se dessine un modèle d'adversaire. Napoléon envisageait différentes hypothèses : si je fais tel mouvement, Wellington devrait réagir ainsi. Wellington de son côté, pensait : si je fais tel mouvement, Napoléon devrait réagir ainsi. Il se trouve que dans ce cas d'espèce, Wellington a généré une stratégie meilleure que celle de Napoléon, il s'est construit un Napoléon modèle qui ressemblait au Napoléon concret. (...) Une seule chose pourrait venir invalider cette analogie : en général, l'auteur veut faire gagner et non pas perdre l'adversaire [1989 : 67].

C'est exactement la même chose qui doit se produire lorsqu'il est question de conception de jeu. Le créateur veut permettre au joueur, non pas sans peines, de triompher. Il veut qu'il puisse le comprendre, le cerner et ultimement le déjouer. C'est comme si Napoléon et Wellington devaient être la même personne. Imaginez le stratège donnant tous les outils à l'adversaire pour le vaincre au final. Position ambivalente s'il en est une, plaçant le créateur à la limite d'une situation cornélienne.

Et le joueur dans tout cela? Doit-il attendre que tout lui soit fourni sur un plateau d'argent par le créateur? A-t-il sa part de responsabilités en tant que Joueur Modèle? Si l'on se fie à la logique de Eco, il semble que oui :

...le lecteur empirique, en tant que sujet concret des actes de coopération, doit lui aussi se dessiner une hypothèse d'Auteur en la déduisant justement des stratégies textuelles. L'hypothèse formulée par le lecteur empirique à propos de son Auteur Modèle semble plus fondée que celle que l'auteur empirique émet à propos de son Lecteur Modèle [1989 : 77].

En effet, Eco propose là une idée intéressante. Comme il l'explique bien, si la formulation du Lecteur Modèle est faite à partir d'une stratégie imaginée de toutes pièces, celle de l'auteur empirique peut être dressée avec certains faits vérifiables. Toutefois, c'est peut-être là que s'arrête la comparaison, dans le monde vidéoludique, les jeux d'auteurs se font rares. Habituellement, le joueur devra s'attacher à une compagnie plutôt qu'à un

individu en particulier. Je ne crois pas qu'il y ait une explication unique à cela. Plusieurs données entrent en ligne de compte pour définir le caractère anonyme d'un jeu vidéo : un marché qui met les compagnies au-devant des créateurs; un médium jeune encore en crise identitaire; les débats sur la validité des jeux vidéo en tant qu'objets d'art, etc.

Force est d'admettre que le milieu du jeu vidéo offre très peu de modèles lorsque vient le temps pour le joueur de construire son Auteur Modèle. Pour l'instant, les conventions générales établies par des sources diverses à travers les communautés de joueurs sont les seuls points de repère disponibles pour analyser le discours de la majorité des créateurs. C'est donc dire que si l'on peut adapter en partie le concept du Lecteur Modèle d'Eco à celui d'un Joueur Modèle, il est peu pertinent de tenter de rattacher son concept d'Auteur Modèle au monde du jeu vidéo.

Nous pourrions résumer cette partie concernant le Joueur Modèle en insistant sur son identification comme processus conditionnel à l'universalisation. Comme les codes insérés dans un univers virtuel ont pour but d'être actualisés par le joueur, on peut affirmer qu'il est inutile d'entreprendre de construire un monde riche en signification sans connaître au préalable qui aura à y participer. Nous pouvons aussi dire que la mécanique d'identification d'un Joueur Modèle n'est pas chose simple et dépend à la fois de la stratégie générative du créateur et de la connaissance encyclopédique dudit joueur. Nous avons aussi vu que le joueur n'est pas un spectateur, mais plutôt un collaborateur qui doit développer une stratégie lui permettant de s'approprier les codes

nécessaires pour coopérer à la mise en forme suggérée par le « sens du discours » du créateur.

Cela me permet de dire que pour le concepteur, faire un portrait du Joueur Modèle l'aide à sortir du piège de la globalité, de l'identification d'une masse comme sujet. Il pourra par la suite personnaliser son approche et mieux comprendre la psychologie des joueurs auxquels il s'adresse. Il est plus que probable que le Joueur Modèle, identifié par lui, corresponde à des milliers d'autres joueurs qui ont les mêmes intérêts, les mêmes références et surtout des compétences encyclopédiques similaires. L'importance que prend le joueur dans ce processus est indéniable. En ce sens, le concept de Joueur Modèle peut aider le créateur à s'approcher le plus près possible de ce dernier à défaut de pouvoir y aller individuellement.

Chapitre 3 : L'universalisation vs la communauté

Au vingt et unième siècle, les jeux vidéo ne peuvent plus être vus comme des entités solitaires vouées au simple divertissement d'un groupe de consommateurs bien ciblé. Ils font maintenant partie d'un espace global dans lequel il est possible non seulement de jouer, mais aussi de communiquer, d'interagir et d'apprendre. L'arrivée et l'intégration du cyberspace dans nos vies a considérablement transformé le rôle qu'occupaient les jeux vidéo au début de leur commercialisation. Les concepteurs de jeux ont également dû s'adapter à toute une gamme de nouvelles possibilités technologiques qui ont fait croître rapidement les attentes des joueurs. Les mondes virtuels complexes et les univers en ligne ont pris de plus en plus de place dans la communauté vidéoludique, déjà attirée par les nouveaux outils de communication du cyberspace comme le World Wide Web et le clavardage. Cette réalité obligera les créateurs à considérer non plus seulement le joueur, mais toute la communauté virtuelle qui l'entoure. L'universalisation n'échappe pas à cette donnée. Nous devons nous demander comment, au-delà du Joueur Modèle, toucher une communauté de joueurs qui participera avec lui à l'actualisation de l'univers virtuel.

Interrogé en 2001 sur le public cible de son désormais célèbre jeu *The Sims* (Maxis, Electronic Arts, 2000), le créateur Will Wright y allait de ce commentaire :

The demographics for *The Sims* are very broad. Like most games, they're still centered in the 15 - 25 year old range. We have a lot more females than is typical. Our age ranges, though they taper as they go up, go way up; there are a lot of 40 and 50 year olds playing *The Sims*.

I think that a lot of our players are people who don't play many computer games -- if any. For a lot of people this is the first computer game they've actually really gotten into. Usually, the pattern has been that the hardcore gamers buy it, bring it home, and show it to their spouses and the rest of their family. Then, frequently, their spouses, their wives, or girlfriends, or kids will start playing it, and really get into it more so than the hardcore gamer that brought it home [McLean-Foreman, 2001].

On peut remarquer l'importance qu'accorde Wright aux réseaux de communication qui permettent à une œuvre vidéoludique d'être jouée par toute une panoplie d'individus différents issus d'une même communauté. Dans cet exemple, Wright ne parle pas encore de communauté virtuelle, mais il se reprend de belle façon un peu plus tard lors de la même entrevue alors qu'il est questionné, cette fois, au sujet de l'importance du jeu en ligne dans *The Sims* :

Oh, it's vital! Absolutely vital. *The Sims* is not a multiplayer game, but the online community is probably half the experience of *The Sims* because we designed it around this heavy customization, storytelling tools, and all these things. So, really one of the most entertaining parts about *The Sims* is sharing what you've done. Either you've created these cools things, or this interesting family, or you've built a really neat house, or you've told a neat story and put it on The Sims website. A lot of people play the game, and for a while they really get into it, they enjoy it, but at some point they flip over into this community mode where they start talking to other people about strategies or they start creating stuff and putting it on the website. Other people download that and create something even more out of it [McLean-Foreman, 2001].

Un créateur comme Wright, qu'on a souvent qualifié de visionnaire, a compris très tôt les enjeux de la conception de jeux du vingt et unième siècle. Ce qui lui fera dire quelques années plus tard qu'un designer ne conçoit plus de simples jeux, mais qu'il construit des communautés.¹⁴

La connaissance de ces communautés de joueurs devient donc un atout important au concept d'universalisation. Le concepteur doit non seulement savoir à qui il s'adresse, mais à quelle communauté son Joueur

¹⁴ Cité in: I Videogames, episode 4, Discovery Channel. 2006.

Modèle appartient. Même si dans certains cas cette communauté n'est pas encore définie clairement, le créateur doit établir un portrait empirique de ce regroupement pour pouvoir éventuellement atteindre sa cible.

3a. L'intelligence collective

Parmi les plus intéressantes théories avancées sur le cyberspace, on note celle de « l'intelligence collective » élaborée par Pierre Levy dans un ouvrage du même nom. Cette intelligence est « partout distribuée, sans cesse valorisée, coordonnée en temps réel, qui aboutit à une mobilisation effective des compétences » [Levy, 1994:29]. Cette « intelligence collective » est la matière première du cyberspace, le matériau sur lequel se bâtissent les communautés virtuelles. Selon Levy, tout le savoir est dans l'humanité et ce savoir a été trop souvent méprisé, inutilisé et ignoré. La coordination en temps réel des intelligences ne peut être possible que par les nouvelles technologies. Dans cette foulée, on peut affirmer que les jeux vidéo sont des véhicules tout désignés pour mener à bien une telle tâche. Levy précise même :

Les nouveaux systèmes de communication devraient offrir aux membres d'une communauté les moyens de coordonner leurs interactions dans le même univers virtuel de connaissances. Il ne s'agirait donc pas seulement de modéliser le monde physique ordinaire, mais aussi de permettre aux membres de collectifs délocalisés d'interagir au sein d'un paysage mobile de *signification*. Événements, décisions, actions et personnes seraient *situés* sur les cartes dynamiques d'un contexte partagé, et ils transformeraient continûment l'univers virtuel au sein duquel ils prennent sens. Dans cette perspective, le cyberspace deviendrait l'espace mouvant des interactions entre connaissances et connaissants de collectifs intelligents déterritorialisés [1994 : 30].

Il est très intéressant de constater comment la théorie de Levy se transpose naturellement dans l'affirmation de Will Wright. Ce concept est le premier pas du créateur de jeu vers la compréhension du nouvel espace de communication qu'est le monde virtuel. Même dépourvu de fonctions « online », un jeu vidéo aura presque instantanément une vie sur le Web et contribuera à sa manière à l'intelligence collective. Il devient donc important, dans tout effort d'universalisation, de tenir compte de l'impact que pourra avoir l'œuvre sur toute la communauté mouvante du cyberspace.

La série des jeux *Grand Theft Auto* (Rock Star North) est un excellent exemple d'œuvres vidéoludiques transcendant sa fonction première pour faire naître une communauté à l'extérieur des limites fixées par ses créateurs. Inspirées par la grande rejouabilité, la profondeur des univers et la flexibilité technologique qu'offrent les titres de cette série, des communautés de joueurs de partout en Occident se sont formées pour recréer des univers virtuels parallèles. Ces espaces virtuels, prenant habituellement la forme de sites web, proposent des lectures différentes de la trilogie *GTA*¹⁵ dans lesquels de nouveaux défis sont offerts à leurs participants. Qu'il s'agisse de filmer leurs cascades en véhicules motorisés, de concevoir de nouvelles missions, de créer des personnages ou des bolides, de réécrire les scénarios ou, pour les plus débrouillards, de programmer des modiques¹⁶, toutes les communautés participent à

¹⁵ Diminutif utilisé pour les jeux de la série *Grand Theft Auto*.

¹⁶ Le terme « modique » est la traduction française de « mods » utilisé en anglais pour désigner un jeu qui aura été transformé par la communauté ou par une compagnie pour

l'émancipation de l'univers de GTA à l'extérieur des cadres établis par les concepteurs originaux. Des sites comme www.gtaonline.fr¹⁷ et [www.gtawebgalerie](http://www.gtawebgalerie.net)¹⁸, tous deux francophones, offrent un contenu considérable d'informations et de codes pour étendre l'expérience *GTA* de ses utilisateurs. Ces sites ne sont que deux exemples parmi des centaines d'autres répertoriés et se traduisant dans plusieurs langues (principalement l'anglais, le français et l'espagnol).

[illustration retirée / image withdrawn]

Figure 8: Le fameux modique de *GTA Vice City* dans lequel on peut voir la *DeLorean 1982* popularisée par le film *Back to the Future* (Robert Zemeckis, 1985).

Créés de toutes pièces par les joueurs amateurs à partir des outils de développement d'un jeu vidéo, les machinima sont aussi un excellent exemple de mise en forme de l'intelligence collective dans le domaine vidéoludique. Les machinima ne sont pas des jeux en tant que tels, mais ils participent grandement à former l'imaginaire relié à un univers de jeu. Ces

proposer une nouvelle expérience de jeu à ses utilisateurs. Les modiques sont habituellement vus dans les jeux à la première personne (First Person Shooter) et dans les jeux de stratégie en temps réel (Real Time Strategy) car les compagnies fournissent aux joueurs des éditeurs flexibles pouvant leur permettre aisément de modifier le contenu de leur jeu. Il n'est pas habituel de voir un jeu d'aventure comme *GTA* être le sujet d'autant de modiques. Cela dénote une volonté des concepteurs à ouvrir les portes de leur produit à la communauté.

¹⁷ Adresse complète: <http://www.gtaonline.fr/> . Accédé le 3 janvier 2008.

¹⁸ Adresse complète: <http://www.gtawebgalerie.net/phpBB2/portal.php>. Accédé le 3 janvier 2008.

petits films permettent à la communauté d'assister à de nouvelles aventures de leurs héros favoris. L'exemple le plus frappant de cette utilisation originale d'un contenu de jeu est certainement la série *Red VS Blue* (Rooster Teeth Productions, 2003-2007) qui a sévi sur le web pendant plus de quatre ans avec cent épisodes. Cette série inspirée de l'univers des jeux *Halo* (Bungie) est à l'origine de toute cette culture maintenant établie qui est celle des machinima. Sur le site www.machinima.com on retrouve de plus en plus de ces films inspirés par la série *GTA*. Surtout depuis l'avènement de *GTA IV* qui offre encore plus de possibilités aux réalisateurs amateurs pour contrôler les caméras à l'intérieur du moteur de jeu.

[illustration retirée / image withdrawn]

[illustration retirée / image withdrawn]

Figure 9: Extrait de l'épisode 100 de *Red VS Blue* (Rooster Teeth Productions).
 Figure 10: Jaquette du DVD de la quatrième saison de *Red VS Blue* (Rooster Teeth Productions).

Certains seront tentés de penser que le designer de jeu n'a pratiquement rien à voir avec les phénomènes que sont les communautés web, les modiques et les machinima. Pourtant, il est important d'élaborer un univers qui saura frapper l'imaginaire de la collectivité au point de donner à certains l'envie de participer eux aussi à la redéfinition de ce

monde qui les inspire et les passionne. Un jeu vidéo évoluant dans un espace dépourvu de cette capacité inspiratrice ne pourra probablement jamais être pris en charge par la communauté de joueurs qui forme le collectif intelligent du domaine vidéoludique. Un jeu fermé ne fournissant pas d'outils technologiques flexibles ne pourra probablement pas, lui non plus, faire partie de la liste des heureux élus. Il revient donc au concepteur la tâche de créer, non seulement un univers riche et inspirant, mais aussi les outils permettant aux joueurs de réactualiser sans cesse l'univers de jeu qui leur appartient désormais. Car comme le mentionne Levy à propos de la mécanique communautaire :

Dans un collectif intelligent, la communauté se donne explicitement pour objectif la négociation permanente de l'ordre des choses, de son langage, du rôle de chacun, le découpage et la définition de ses objets, la réinterprétation de sa mémoire. Rien n'est figé, mais ce n'est pas pour autant le désordre ou le relativisme absolu, car les actes sont coordonnés et évalués en temps réel selon un grand nombre de critères eux-mêmes constamment réévalués en contexte [1993 : 32].

3b. La culture participative

Henry Jenkins part lui aussi des écrits de Pierre Levy pour étayer son concept d' « interactive audiences ». Il propose en premier lieu la mise au point suivante :

Rather than talking about interactive technologies, we should document the interaction that occur among media consumers, between media consumers and media texts, and between media consumers and medias producers [2006: 134].

Selon Jenkins, trois facteurs sont responsables de l'apparition de la culture participative :

1. New tools and technologies enable consumers to archive, annotate, appropriate, and recirculate media content.

2. A range of subcultures promote Do-It-Yourself (DIY) media production, a discourse that shape how consumers have deploy those technologies.
3. Economic trends favoring the horizontally integrated media conglomerates encourages the flow of images, ideas, and narratives across multiple media channels and demand more active mode of spectatorship [2006: 134].

Il est assez simple de relier les deux premiers points mentionnés par Jenkins aux propos que j'ai tenus lors de la première partie de ce chapitre. Cependant, le troisième facteur mentionné nous ramène aux affirmations de Will Wright cités un peu plus tôt et m'incite à approfondir davantage sur ce que Jenkins décrit comme un « more active mode of spectatorship ». Il ne faudrait pas penser que l'interactivité intrinsèque aux jeux vidéo dispense les créateurs d'approfondir la notion de culture participative. Même si un jeu vidéo est naturellement conçu d'interactions entre l'homme et la machine et qu'il oblige une participation active du joueur, il n'est pas nécessairement porteur de cette culture émergente dont parlent Levy et Jenkins. Ces deux auteurs feront donc appel à la notion d'« œuvre ouverte ». L'« œuvre ouverte » est semblable à celle d'Eco qui propose que l'auteur « décide jusqu'à quel point il doit contrôler la coopération du lecteur, où il doit la susciter, la diriger, la laisser se transformer en libre aventure interprétative [Eco. 1989 : 72] »¹⁹. Par ailleurs, l'« œuvre ouverte » semble beaucoup plus en proie à la transformation collective, car pour Lévy «l'environnement technoculturel émergent suscite le développement de nouvelles espèces d'art, ignorant la séparation entre l'émission et la réception, la composition et l'interprétation [Lévy. 1993 :

¹⁹ Notion introduite dans *L'Œuvre ouverte* en 1965

123] ». Malgré toute cette flexibilité, l' « œuvre ouverte » n'est pas une finalité selon lui, puisqu'elle demeure herméneutique à plusieurs égards.

Sur quels aspects d'un monde en création le joueur intervient-il? Peut-il entrer en jeu à tous les niveaux de la création? D'après Jessica Mulligan et de Bridgette Patrovsky, il est possible d'identifier les sphères d'activité qui permettent aux joueurs d'enrichir un monde virtuel. Quatre pôles d'interventions devraient être laissés « ouverts » si on se fie aux conclusions que l'on peut retrouver dans leur ouvrage *Developing Online Games: An Insider's Guide* :

What player-created content does mean, however, is giving the players access to tools that can be used to enhance their own gameplay and socializing online:

- Change the physical landscape within certain rules— that is, build houses, space stations, stores, whole cities, or whatever makes sense for your game.
- Change the political landscape— that is, run for mayor, create a faction of teams or guilds, influence tax rates, or start or end faction wars.
- Change the economic landscape— that is, own and run a store, affect the economy by creating shortages, and so forth.
- Change the social landscape— that is, perform diplomatic functions and activities from a micro to a macro level (think tribe to empire), create and run guilds or teams, or explore and claim new lands for the team, faction, or empire.

These capabilities allow the player/character to become involved in the larger game world, beyond the strictly personal activities of combat, trade, exploration, and so on. [2003: 152-153].

Si on recoupe ces idées avec les facteurs émergents dans le concept des « interactive audiences » de Jenkins, on s'aperçoit rapidement que l'un sert d'outils à l'autre dans l'émancipation de cette nouvelle culture participative. C'est par cette participation que se forme tranquillement « l'intelligence collective » de Lévy. Cependant, comme Jenkins nous le fera remarquer à

propos de la théorie de Levy, l'« intelligence collective » n'est probablement pas une fin en soi, mais un outil pour nous aider à comprendre le fonctionnement des communautés virtuelles :

Levy gave us a way of thinking about fandom not in terms of resistance but as a prototype or dress rehearsal for the way culture might operate in the future. Levy describes his vision of "collective intelligence" as an "achievable utopia", not something that grows inevitably from the new configuration of technologies but rather something we must work toward and fight to achieve [Jenkins. 2006: 134].

S'il ne peut pas prévoir l'évolution de l'intelligence collective, le créateur de jeu se devra de faire tout en son pouvoir pour la stimuler, la solliciter et peut-être même la défier. Le processus d'universalisation devra tenir compte de cette donnée incontournable avec laquelle il faudra jongler. Cela reviendra à établir une stratégie pour notre Joueur Modèle sans savoir exactement sur quel terrain se déroulera l'affrontement, ou plutôt la rencontre. Un terrain qui se transformera en temps réel sous nos yeux, nous obligeant si possible à réviser au quotidien notre stratégie. Dans cette optique, les concepteurs de jeux en ligne, comme les jeux MMO²⁰, ont la vie plus facile. En tant que créateurs de mondes persistants, ils peuvent en cours de route réajuster le tir au fur et à mesure que les joueurs prennent part à leurs aventures et découvrent leur monde virtuel. D'ailleurs, dans certains cas, des équipes entières de designers travaillent à recueillir à travers le web les commentaires des joueurs concernant leur univers virtuel. Lors de problèmes évidents, des ajustements sont apportés et les utilisateurs sont invités à télécharger des « patches »²¹ qui permettent une

²⁰ Diminutif de « Massively Multiplayer Online ».

²¹ Un « patch » est une quantité de données téléchargeables qui permet d'ajuster ou de corriger certains problèmes contenus dans un jeu déjà sur le marché. Un jeu en ligne

fois installés de corriger des problèmes technologiques ou d'améliorer la jouabilité. Ce système est aussi utilisé pour permettre aux concepteurs de faire l'ajout de nouveau contenu souvent influencé en grande partie par la communauté de joueurs présente sur les différents forums.

Dans une entrevue accordée en novembre 2007, Jeffrey Steefel, le directeur exécutif du projet *Lord of the Ring Online : The Shadows of Angmar* (Turbine, 2007), souligne l'importance accordée à la communauté de joueurs dans le processus évolutif de leur monde virtuel :

We recognize that we have different audiences inside our game. Which is great -- it's what we wanted. But we've got different groups of people who play the game differently who are going to continue playing the game differently, so the updates are not just more stuff.

We take a look at, in each update, how can we satisfy what the next needs are of each of those groups. So, housing satisfies one group of people who want to drive more of their social experience. We've got the raid that we've added and things like that that are driving the hardcore guys who want to make sure they have high-level endgame kind of experience [Fleming, 2007 : 11].

[illustration retirée / image withdrawn]

[illustration retirée / image withdrawn]

Figure 11: Création de personnage dans *World of Warcraft* (Blizzard Entertainment, 2004).

Figure 12: Création de personnage dans *Lord of the Ring Online: The Shadows of Angmar* (Turbine, 2007).

comme *World of Warcraft* (Blizzard Entertainment, 2004) a, depuis sa création, produit plus d'une centaine de *patches*. Cette abondance est à l'origine de sites web dédiés exclusivement aux *patches* de *World of Warcraft* comme : <http://www.wow-patch.com/de/>. On peut affirmer sans se tromper que dans le cas des jeux MMO, cette pratique est devenue monnaie courante.

Les guides de jeux sont aussi des indices marqués de la bonne santé de la culture participative. Confectionnés au départ par des compagnies spécialisées, les guides de jeux sont rapidement devenus la propriété de la communauté vidéoludique grâce, notamment, à des sites virtuels comme *www.gamefaqs.com* qui offrent aux joueurs des milliers de guides écrits et réalisés par les joueurs eux-mêmes. Cette quantité de données quasi incalculables est une des manifestations les plus flagrantes d'une intelligence collective formée par une culture participative inspirée par les œuvres vidéoludique marquantes. À ce chapitre, une série comme *GTA* fait figure de chef de file avec plus d'une centaine de guides disponibles sur *www.gamefaqs.com* seulement. L'auteur de l'essai *Everything Bad Is Good for You* [2005], Steven Johnson, décrit la proportion prise par cette culture :

The compressed renditions of Pac Man came in the form of those famous "patterns": turn left, turn right, and turn right again. You could convey the entirety of the Pac Man universe in a few page of text. By comparison, the walkthrough for *Grand Theft Auto III*, by an Australian devotee of the game named Aaron Baker, contain 53,000 words, around the same as the book you are currently reading. Printed out in single-space twelve-point type, the document is 164 pages long [2005: 172-173].

Johnson tente d'expliquer les motivations poussant les joueurs à donner leur temps à l'évolution du collectif intelligent. Par le fait même, il identifie les qualités qui doivent faire partie de l'œuvre pour inciter à la participation :

There's no real financial reward for these key influencers and mavens themselves; Aaron Baker doesn't write 164-pages walkthrough because he thinks they'll make him rich. He does it for the public pride he takes in creating the authoritative guide to one of the most popular game of all time. [...] The way to attract the Aaron Bakers of the world is to make products complex enough that they need experts to decipher them. Key influencers like to think of themselves as operating on the

cutting edge, detecting patterns or trends in cultural forms that ordinary consumers don't perceive until someone point them out [2005 : 174-175].

L'auteur parle ici d'un des effets bénéfiques de l'universalisation : la création d'un monde complexe inspirant et ouvert aux participations diverses.

Voilà pourquoi, dans la schématisation de mon concept, je n'inscrirai pas l' « intelligence collective » comme une étape, mais bien comme une donnée englobante qui devra inévitablement modeler le processus de création. Après y avoir ajouté cette donnée en toile de fond, j'arrive à un schéma final du concept d'universalisation :

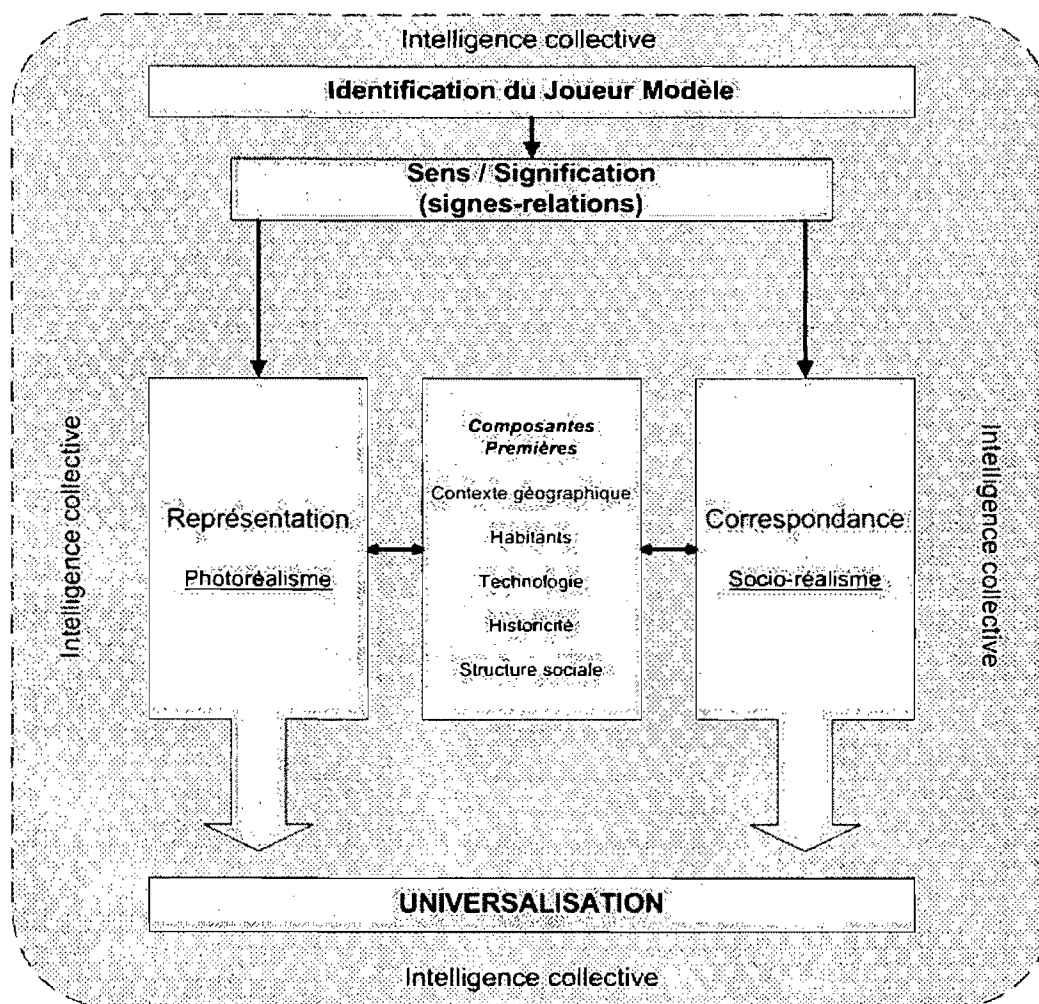


Figure 13 : Version finale du diagramme formel de l'universalisation.

Chapitre 4 : L'universalisation dans *GTA : Vice City*

Dans la seconde partie de ce mémoire, je m'efforcerai de mettre en relation les idées que j'ai avancées précédemment avec le jeu *Grand Theft Auto : Vice City* qui représente une cible de choix quant à l'analyse d'un concept comme celui de l'universalisation. Tout d'abord, je prendrai le temps de décrire du mieux possible l'expérience de jeu et l'univers qui entoure l'œuvre pour reprendre par la suite certains éléments et m'en servir pour étayer mes propos. Dans un premier temps, je relèverai les aspects me permettant de croire que *GTA : Vice City* est une œuvre marquante très bien adaptée au concept d'universalisation. Plus tard, je tenterai de dresser le portrait du Joueur Modèle de ce jeu en me basant sur les concepts proposés dans mon second chapitre.

Dans la dernière partie, j'analyserai les éléments compris dans *GTA : Vice City* qui en font un apport considérable à la connaissance collective reliée au monde du jeu vidéo. Aussi, je démontrerai comment la culture participative en lien avec ce jeu a un impact important sur le concept d'universalisation et sur la construction de l'intelligence collective. En conclusion, nous verrons comment l'universalisation peut être utilisée comme un filtre appliqué à la majorité des processus créatifs vidéoludiques.

4a. Les ingrédients d'une œuvre marquante

Dans son livre *Gamer Theory* [2007], McKenzie Wark tente de montrer comment les jeux vidéo peuvent être une allégorie de notre vie moderne. Au chapitre cinq, il se lance dans une réflexion philosophique sur *Grand Theft Auto : Vice City*. Il décrit son expérience en ces termes :

It's like paradise here. Everything seems pastel-hued as you drive by, with the radio on. The car is stolen, but so long as you dodge the police, it won't matter. You don't really have to be anywhere or do anything. The hotels are comfortable and discreet. If you need money, mug someone. The body makes a satisfyingly squishy sound when you kick it. There are adventures. You get to meet some interesting people. It is a city of gangsters, hustlers and honeys. It's all tourism, drugs, guns, cars and personal services. Nobody makes anything, except maybe ice cream, porn and counterfeit money. Everybody buys, sells or steals. *Vice City* is a nice place [2007: 101].

En plus de sa vision hédoniste de l'univers de *Vice City*, ce que Wark décrit c'est l'harmonie qui y règne, à savoir l'harmonie entre l'expérience de jeu proposée par le créateur et sa représentation dans ce monde plus vrai que nature. Un peu plus loin il ajoute :

Art provides the images and stories for mediating between the gamer and gamespace. *Vice City*, for instance, is an algorithm wrapped in a landscape of visual splendor. One particularly pleasurable way of trifling with it is to steal a car and tool around in it. Tune the car radio to your favorite station and feel the sensuous shapes and forms of the city vector by. [2007: 113].

Ce que j'appelle l'harmonie du jeu a déjà été identifiée par Andrew Rollings et Ernest Adams comme un aspect primordial du « game setting ». Ce concept décrit comme « the feeling that all parts of the game belong to a single, coherent whole [2003: 58] » doit guider toutes les décisions prises par le créateur tout au long de son processus créatif. C'est au designer de jeux, Brian Moriarty que revient l'explication la plus pertinente de l'importance de l'harmonie dans une œuvre vidéoludique :

Harmony isn't something you can fake. You don't need anyone to tell you if it's there or not. Nobody can sell it to you; it's not an intellectual exercise. It's a sensual, intuitive experience. It's something you feel. How do you achieve that feeling that everything works together? Where do you get this harmony stuff?

Well, I'm here to tell you that it doesn't come from design committees. It doesn't come from focus groups or market surveys. It doesn't come from cool technology or expensive marketing. And it never happens by accident or by luck. Games with harmony emerge from a fundamental note of clear intention. From design decisions based on an ineffable sense of proportion and rightness. Its presence produces an emotional resonance with its audience. [...] You know, the suspension of disbelief is fragile. It's hard to achieve it, and hard to maintain. One bit of unnecessary gore, one hip colloquialism, one reference to anything outside the imaginary world you've created is enough to destroy that world. These cheap effects are the most common indicators of a lack of vision or confidence. People who put this stuff into their games are not working hard enough [1997].

Une harmonie concrétisée par ce sentiment de liberté qui transcende tous les éléments du jeu. Une liberté non seulement représentée par l'empreinte que laisse sur le joueur cette ville de Miami aux accents de sexe, drogue et rock and roll, mais surtout par la liberté d'action et de mouvements qui est propre aux jeux de « carré de sable »²².

La liberté laissée au joueur dans un jeu comme *GTA* n'est pas seulement représentée par un univers inspirant et engageant, elle est aussi bien promue par un design axé sur une structure non conventionnelle de missions. Ces dernières sont proposées au joueur dans une forme semi-

²² Jeux "carré de sable" vient de l'anglais "sandbox games" qui décrit habituellement un jeu dans lequel le joueur ne suit pas une structure prédéterminée par la narration ou la mécanique de jeu. Dans plusieurs cas, le monde est grand et offre une panoplie de possibilités que le joueur peut explorer à sa guise. Matt Weise dans un article intitulé « *The Future of Sandbox Gaming* [2007] », décrit assez bien le concept: « Sandbox is a term often used but rarely defined. There is a general awareness that the term refers to open-ended game design, but there are many types of open-endedness. In the loosest sense almost any game that does not funnel player navigation into some obvious path could be considered sandbox. The most commonly cited example of this is *Grand Theft Auto*, with its giant world freely navigatable by car. Recent titles identified as sandbox games often take *GTA* as a model, as in the case of *Spider-Man 2*, *Mercenaries*, or *Saint's Row*. All these games feature massive worlds, rapid navigation systems for travel, and amusement park-like mission design (np) ».

linéaire qui lui permet de choisir à quel moment il interviendra sur la suite des événements. Bien que ces passages soient inévitables pour sa progression, le joueur voit son sentiment de contrôle augmenter et peut tirer profit au maximum du terrain de jeu qui lui est offert sans se sentir continuellement poussé par les choix du concepteur. Dans son essai *Unit Operation* [2006], Ian Bogost analyse là où un jeu comme *GTA* a su innover :

The main innovation of *GTA* is its vast virtual urban space and freedom of action in that environment. *GTA* gives the player the option of following structured missions for the city's criminal underground, or just striking out on his own. The missions require the player to take on criminal assignments from pimps and thugs, earning money to do their dirty work for them. This structure is most similar to a traditional mission-based game, in which a series of bite-size tasks lead the player through an otherwise linear, traditional storyline. However, the player can also choose to meander through the city, performing many ad hoc actions. He can carjack any vehicle on the street. He can bludgeon or rob any passerby he chooses. He can also deliver the sick or injured to the hospital or work as a vigilante. The player can also change modes at whim [2006: 153].

Dans ces conditions, le joueur a l'impression de contrôler sa destinée. J'utilise ici le terme « impression », car après une analyse assez simple d'une structure comme celle de *GTA*, on s'aperçoit rapidement que tout cela n'est qu'une mise en scène fragile qui ne fonctionne qu'à condition que le joueur soit bien immergé dans le monde qu'on lui propose. Troy Duniway et Jeannie Novak nous le font remarquer dans un passage de leur livre *Gameplay Mechanics* [2008] :

Very few games are truly non-linear. Most open-ended sandbox games still have semi-linear story structures. Players usually choose to strive for one of several goals at any one time, in addition to "playing" in the world. However, at some point, in order to progress through the game and story, the player will need to complete missions that are often given out by different characters; each character has a finite number of missions to offer, and the player is forced to seek out new characters to make progress in the game [2008 : 272].

La figure 14 nous montre bien la différence entre la structure habituelle d'un jeu vidéo et celle des jeux de la série *Grand Theft Auto* :

Structure habituelle des missions dans un jeu vidéo
[illustration retirée / image withdrawn]

Figure 14 : Structure des missions dans les jeux de la série *Grand Theft Auto*.²³

L'harmonie dans un jeu comme *GTA : Vice City* n'est pas seulement liée au sentiment de liberté, mais aussi à la capacité qu'a le jeu à immerger le joueur dans un monde virtuel et lui faire sentir qu'il fait partie de cet univers. Par des choix de designs éclairés et une connaissance accrue des joueurs à qui il s'adresse, le designer peut arriver à concocter une expérience de jeu dans laquelle le participant s'investira pleinement. Dunnington et Novak décrivent ce concept comme étant « l'immersion émergente » :

It can be argued that the main reason for the success of the GTA franchise is not its emergent gameplay or sandbox world (even though is a major part of it) but its amazing ability to immerse the player into

²³ Figure reprise de *Gameplay Mechanics*, p. 272-273.

the world. This is really about the emergent abilities that were chosen for the player, and how all of those abilities also line up with other elements such as art and audio to give players the sense that they *belong* to the world [2008: 178].

À ce sujet de l'émergence les auteurs donnent ce conseil :

It very easy to get caught up in designing an emergent sandbox game and try to do everything. Obviously, you should not bite off more than you can chew; the hard question is what features should be kept as many as possible of the features that can be interrelated. A group of features that can't interact with each other will be useless. However, you also want to focus on which features will truly contribute to player immersion in the experience and to the overall vision of the game [2008: 178].

Un processus bien établi comme celui de l'universalisation peut permettre d'atteindre plus aisément cette harmonie dont parlent Adams, Rollins et Moriarty. Loin de mon esprit l'idée de croire qu'un tel fonctionnement fut identifié aussi clairement lors de la conception de *GTA : Vice City*. Cependant, l'analyse rétroactive de ce jeu me permet de jeter les bases d'un concept qui pourrait, par la suite, s'avérer très utile pour aider les designers à diriger leurs futures conceptions.

4b. Un monde ouvert à l'interprétation

La force d'une œuvre vidéoludique comme *GTA : Vice City* ne réside pas seulement dans sa structure ouverte ou dans son design harmonieux. L'apport d'un univers riche en symboles, appelant la nostalgie chez certains et l'extravagance du rêve américain chez d'autres, joue un très grand rôle lorsque l'on tente d'analyser l'impact qu'a eu cette série de jeux sur toute son industrie et sur ses amateurs. Dès la sortie de *GTA 3* en 2001, l'impact fut considérable. Le marché du jeu « pour adulte » venait de naître. Bien sûr, il y avait eu auparavant des tentatives louables de jeux

abordant des thèmes « matures », mais aucune n'avait éveillé les passions comme cette aventure au pays des malfrats de la pire espèce, dans un univers plus grand que nature, à travers lequel le joueur pouvait se reconnaître et s'exprimer. Heather Chaplin et Aaron Ruby, dans leur livre *Smartbomb* [2005], racontent l'atmosphère qui régnait à l'époque lorsque *GTA 3* fut nommé jeu de l'année 2001 par l'ensemble des critiques de jeux vidéo :

When *Grand Theft Auto III* is announced as the Game of the Year, there is a wild enthusiasm from the stands—people screaming, whistling, chanting, stomping their feet. Geronimo, one of the grand poobahs of Rockstar Games, takes to the stage, his portly frame packed into a double-breasted zoot suit. He waves the award high over his head. People clap and cheer even louder. Geronimo moves to the microphone and says, "This is to show that videogames don't have to be about hobgoblins and dwarves!" The crowd is silent, unsure about this last bit of heresy. But then erupt into applause all over again. They can't help it. It was a great game. And if there's one thing the people in this decaying auditorium do care about, it's great games [2005: 22].

Les mêmes auteurs décrivent brièvement pourquoi *GTA 3* est un grand jeu aux yeux de la communauté :

What gamers loved about *GTA 3* even more than the carjackings and prostitute power-ups was the enormous possibilities the game provided. The game issued players a movielike world of urban mobsters and pretty crooks, but the player call the action. If players didn't want to follow the plotline that runs through the game, they could cruise the city and decide whether they felt like stealing virtual cars and beating up virtual cops, or driving a virtual ambulance to save virtual pedestrians [2005: 21].

C'est à peu près le même son de cloche lorsque l'on regarde attentivement les raisons qui ont poussé le site internet *IGN.COM* à nommer *GTA : Vice City* le jeu de l'année un an après son grand frère *GTA 3* :

There are, perhaps, hundreds of reasons why Rockstar North's game won best PS2 game of 2002, but we'll just list a few. Besides creating a game that blends action, adventure, RPG elements, racing, and so much more into a well-composed whole, Rockstar's game has shown other very, very interested developers that the world is ready for more mature games, how far to go, and maybe even where to stop. More

importantly, the Scotland-based developer has shown how an open design works. These reasons are exactly the same as those that supported *GTA III*, but this time around, the game offers more of the same, with an emphasis on style, big-time voice acting support and musical selection. The team formerly known as DMA incorporated more mini-games, a greater, more in-depth story featuring a perfectly voice acted character (Ray Liotta as Tommy Vercetti), an invigorating, impressively selected soundtrack, and a whole lotta pink [IGNPS2: 2003].

Ce n'est pourtant pas la première fois que dans un jeu vidéo le joueur se voit donné le choix de suivre la trame narrative ou d'explorer l'univers virtuel dans lequel il se trouve. Des jeux comme *Super Mario 64* (1996, figure 15) et surtout *The Legend of Zelda: Ocarina of Time* (1998, figure 16) avaient fait quelques tentatives en ce sens. Mais jamais ces deux classiques de Shigeru Miyamoto n'avaient été aussi loin que les gens de Rockstar Games dans l'exploitation de ce sentiment de liberté qu'a le joueur dans *Grand Theft Auto : Vice City*.

[illustration retirée / image withdrawn]

[illustration retirée / image withdrawn]

Figure 15: *Super Mario 64* (Nintendo Co., Ltd, 1997).

Figure 16: *The Legend of Zelda: Ocarina of Time* (Nintendo Co., Ltd, 1998).

Pour ce qui est des thèmes « matures » qui font la renommée de la série, ils avaient eux aussi été exploités par certains jeux comme *Leisure Suit Larry* (1987-2007, figure 18) ou encore *Conker Bad Fur Day* (2001, figure 17), mais rarement dans une représentation aussi proche de notre réalité.

[illustration retirée / image withdrawn]

[illustration retirée / image withdrawn]

Figure 17: *Conker's Bad Fur Day* (Rare, 2001)

Figure 18: *Leisure Suit Larry: Magna Cum Laude* (Vivendi Universal Games, Inc, 2004).

L'aspect cartoon des jeux qui avaient tenté précédemment l'aventure les avait relégués au rang de pastiches sympathiques. Quoique prisés par les critiques, ces deux jeux n'avaient pas su percer la curiosité des non-initiés et restent jusqu'à ce jour méconnus du grand public. On peut presque affirmer sans se tromper qu'au-delà du sentiment de liberté et de l'intégration de thèmes plus matures dans leur jeu, c'est la représentation qu'en ont faite les gens de Rockstar Games qui a joué pour beaucoup dans les succès de cette série auprès d'un large public. Ce que les auteurs de *Smartbomb* dépeignent comme « a movielike world of urban mobsters and pretty crooks » est rempli de références à la culture populaire et d'interprétation intertextuelles, tant avec le monde du cinéma, de la télé, de la musique que des arts visuels²⁴ ; des références grâce auxquelles le joueur se reconnaît au-delà de la représentation visuelle de l'œuvre et des possibilités qu'offre le monde dans lequel il dérive à son rythme.

²⁴ Je reviendrai en détail au chapitre six sur les références que fait *GTA : Vice City* à la culture populaire.

[illustration retirée / image withdrawn] [illustration retirée / image withdrawn]

Figure 19: Tommy Vercetti le héros de *GTA: Vice City*.

Figure 20: Tony Montana (Al Pacino) dans *Scarface* de Brian DePalma (1980).

Dans *GTA : Vice City*, le joueur incarne Tommy Vercetti (figure 19), un homme de main de la mafia qui vient tout juste de sortir de prison. Flanqué d'un acolyte du nom de Ken Rosenberg, un avocat sans scrupule, Tommy est pris dans un guet-apens lors d'une mission qui tourne mal. Dès ce moment, qui se situe au début du jeu, il partira à la recherche de ceux qui lui ont tendu ce piège pour tenter de récupérer à la fois son argent et son honneur. Lors de ce périple, il réussira, avec l'aide de quelques complices, à se hisser au plus haut sommet de la pyramide criminelle de *Vice City*. Dan Houser, vice-président du design créatif chez Rockstar Games, précise quelques intentions derrière la création du personnage principal :

Like the player, Tommy Vercetti, is new in Vice City and as he has just been released from prison, new to the 1980s, he turns up in Vice City knowing nothing but with a cynical attitude and a healthy knowledge of how to take someone's car without their permission. The rest is learned and as the player plays through the game; his character reveals itself and develops as the game unfolds. Apart from the obvious advantage of having a speaking character in cut scenes, now they are conversations, not monologues, and feel a lot more involving and cinematic. [...] In the game world, the fact Tommy can speak allows him to interact with the world in a way that was not possible in *Grand Theft Auto III*, and it makes the player feel much more a part of that world. Tommy talks, but prefers to let his actions do the talking. Lastly, because the game is set in the 80s, not in the early twenty first century as *GTA3*, we wanted to keep the period flavor intact — Tommy won't use any modern slang [Perry : 2002].

Le synopsis du jeu n'est pas sans rappeler celui du film *Scarface* (1983) de Brian DePalma, dans lequel un immigré cubain du nom de Tony Montana (figure 20) grimpe les échelons du crime organisé de Miami pour devenir un bandit craint et respecté. Les gens de Rockstar Games ne cacheront jamais les similitudes évidentes entre les deux œuvres. Utilisant la théorie de l'hommage pour rejeter du revers de la main les arguments de ceux qui les accusent de plagiat, ils vont, à la manière des films de Quentin Tarantino, utiliser à outrance toutes les références disponibles pour créer (ou recréer) ce Miami des années quatre-vingt. Douglass C. Perry, chroniqueur pour IGN²⁵, fera cette remarque avant la sortie du jeu sur les tablettes :

In the light of preparing to play the game, my strong recommendation is to re-watch two very influential pieces of '80s goodness used as source material for the game: the classic but violent Brian DePalma film *Scarface* (starring Al Pacino and a very young, very trim Michelle Pfeiffer), and pretty much any episode of *Miami Vice*, after which you'll soon be in the perfect mood to play *GTA: Vice City* [Perry: 2002].

Matt Fox, auteur du *Video Game Guide* (2006) semble d'accord avec les propos de Perry tout en se permettant d'ajouter :

Swearing, violence and scenes of a sexual nature — if you're eighteen or over, bring it on — Rockstar Games you rock! Sorry, I don't know what came over me but it's the kind of effect that *Grand Theft Auto: Vice City* tends to have. You can call it controversial, criminal, depraved, but you can also call it absorbing, exciting and quite magnificent. At the end of the day it's really just a slick, action movie of a game — imagine a trashy, flashy, remake of the movie *Scarface* with more cars and more guns and there you have *Grand Theft Auto Vice City*. [...] *Grand Theft Auto* blatantly isn't a game for children. If we want gaming to grow then it's right and proper that some games are made specifically for adults (just as there are books and movies for adults), but at the same time we have to protect children by ensuring proper respect of the age-rating on the box. That's the way I see it [2006: 180-181].

²⁵IGN.Com est le site de critiques et de nouvelles sur l'industrie du jeu vidéo qui est le plus consulté depuis dix ans.

Le joueur se retrouve dans une position intéressante où il se voit confié un avatar qui est loin de lui tout en étant très attirant. Cet intérêt qu'a le joueur pour un personnage comme celui de Tommy Vercetti aura vu le jour grâce à tout l'apport qu'auront eu les autres médias sur la confection d'une fantasmagorie entourant les criminels et le monde interlope. La dualité entre le joueur et son personnage est décrite par Flint Dille et John Zuur Platten qui sont les auteurs de *The Ultimate Guide to Video Game Writing and Design* (2007) :

When you play James Bond in a game, you're presumably playing someone you would want to be. What heterosexual male wouldn't want to be James Bond? In some cases, however the player plays a character that is widely different than he or she, like a guy Lara Croft. In that case there's a different relationship with the character. [...] What if there is a tension between you and your character? When you play a criminal in *Grand Theft Auto* is that because you want to be a criminal or is it because you think it would be kind of fun to be something wildly different than what you are? It's a vicarious thrill: I'm not this guy, I don't want to be this guy, but it is kind of fun to be one of the ponytailed guys from Miami Vice for a few hours. It's fun to be bad in a virtual world, and find out what type of conversations they have and language they use [2007: 46-47].

Ce que les auteurs ne mettent pas en lumière dans cet extrait c'est la relation entre le joueur et un personnage plausible de la société dans laquelle il habite. Le joueur sait très bien que ni James Bond, ni Lara Croft ni Tommy Vercetti ne sont des personnages réels. Cependant, le personnage de Vice City est très près de ce qu'il considère comme étant un « personnage réel ». Il n'a rien de surhumain, il n'est pas spécialement charmant ou charismatique, bref il a les caractéristiques de l'homme de la rue que l'on place dans une aventure extraordinaire. Le joueur fait assurément des choses extraordinaires dans *Grand Theft Auto*, mais rien de tout ça ne semble appartenir à un autre monde. Pour s'assurer que le

joueur reconnaisse vraiment son personnage et que le monde dans lequel il évolue fasse partie de sa propre réalité, un jeu comme *GTA : Vice City* utilise sans gêne tous les stéréotypes disponibles qui sont véhiculés à tort et à travers par les jeux vidéo et les autres médias. Attention, je ne fais pas ici une critique de la direction créative du jeu, je mets en évidence une recette qui a fort bien servi toute la série des jeux GTA. En éliminant les nuances et en gardant les subtilités pour créer des effets de styles appropriés à la caricature d'une époque, les gens de Rockstar Games parlent à toute une génération d'une seule et même voix. Un récent article de Tanner Higgin dans *The Meaning and Culture of Grand Theft Auto* (2007) ajoute des précisions à mon propos :

To this end the game immerse the player in a carnival of caricature surrounding her with urban, suburban, and rural end ethnic stereotypes as well as a commercially saturated environment of decadence and superficiality. As a result no person on the street has questionable identity. Just as the player constantly has to perform masculinity, people on the street perform role according to the popular myth and stereotypes. For example, Asians are suit-wearing triads, Italians are mobsters, and the people in the backwoods of San Andreas are skinny, slack jawed yokels. Each game is certainly multifarious, but homogenized by its staunch adherence to stereotype [2007: 77].

Que l'on soit en accord ou pas avec le contenu de la série *Grand Theft Auto* et avec l'utilisation qu'elle fait des stéréotypes dans la confection de ses univers de jeu, il n'en demeure pas moins que l'impact d'un tel procédé peut être observé sur la façon dont un jeu comme *Vice City* sera perçu par le joueur. Voilà pourquoi un processus d'universalisation ne pourrait se faire sans mettre au premier plan la volonté de créer la meilleure harmonie possible entre le monde virtuel, l'avatar du joueur et les actions que ce dernier aura à poser pour prendre part à l'aventure. Je

pourrais même dire qu'un processus d'universalisation réussi mènerait inévitablement à l'harmonie de l'œuvre vidéoludique.

4c. Un monde sur mesure

Les ingrédients utilisés pour représenter un monde virtuel doivent être choisis avec précision. Il ne suffit parfois que d'un seul faux pas pour briser définitivement l'immersion du joueur. Les données physiques et narratives incluses dans le monde construit contiennent des informations capitales pour l'expérience du joueur dans un monde à découvrir.

Tel que mentionné lors du premier chapitre, on peut se servir des composantes premières pour analyser la cohérence et la structure d'un monde virtuel. Identifiées plus tôt comme étant la géographie, les habitants, les technologies, l'historicité et la structure sociale, ces thèmes intrinsèques aux mondes virtuels complexes servent de base à l'élaboration de l'universalisation. Prenons le temps d'analyser chacun de ces aspects en rapport à *GTA : Vice City* pour mettre en perspective leurs apports respectifs à l'universalisation de ce jeu.

Tout d'abord, il y a le lieu physique. Vice City est une île. Elle est située dans un contexte géographique imprécis. Le joueur aimerait bien connaître sa position concrète dans un monde global, mais malheureusement rien de tangible ne lui est offert. Il devra vivre son aventure sur cette île sans pouvoir en sortir. De plus, comme le personnage contrôlé par le joueur est incapable de nager, toute aventure aquatique se solde par un échec (ce qui sera décrié par la grande majorité

des joueurs). Cependant, cette structure permet aux créateurs de restreindre les possibilités du joueur à l'utilisation du terrain de jeu qu'il met à sa disposition. Que l'on puisse imaginer facilement que Vice City puisse être un pastiche de la ville américaine de Miami n'empêche pas que rien ne soit créé physiquement et architecturalement pour le prouver. Quoiqu'il en soit, les similitudes avec le climat du sud des États-Unis et le relief paysager n'ont pas été perçus par la communauté des joueurs comme une simple coïncidence. La ville est structurée des quartiers distincts séparant les Caucasiens riches des ghettos cubains et haïtiens. Un centre-ville commercial et un quartier industriel sont aussi ajoutés pour refléter la structure classique d'une ville typiquement américaine. Au-delà de ces allures multiculturelles, on peut observer une critique sociale de ce genre de cités américaines morcelées de façon à ghettoïser plus facilement chaque minorité visible. Dans une recherche intitulée *Situations of Play: Patterns of Spatial Use in Videogames*, Georgia Leigh McGregor explique quels sont les impacts de l'architecture d'un monde construit sur la perception du joueur:

Architecture refers to buildings and their construction. But architecture is about more than just building; it encompasses the activities that occur within them, including social interaction. Architecture is a cultural artefact that extends beyond the physical world, influencing activity, and carrying meaning. Architecture also refers to structure and organization. Combining the practical and physical with symbolic content and conceptual structure architecture operates on many levels. Game space is architectural in all senses of the word. Game space is a man-made construction, a built space often composed primarily of architectural elements [2007: 537].

En plus de permettre au joueur de faire ses propres présuppositions sur le monde qu'il habite, la géographie de Vice City justifie le fait que les

créateurs du jeu gardent le contrôle sur la structure et la progression des missions dans le jeu. En confinant le joueur à réaliser des mauvais coups pour des personnages précis, ils vont le restreindre à une utilisation limitée du territoire qui grandira physiquement au fur et à mesure que le joueur fera de nouvelles rencontres à travers la narration linéaire prévue à cet effet. Le tour de force de gens de Rockstar c'est d'avoir réussi à utiliser ce stratagème sans trop en abuser pour garder intacte l'impression de liberté qui demeure présente du début à la fin du jeu.

Les habitants de Vice City sont, pour leur part, des stéréotypes de la société américaine. Qui plus est, ils sont des transpositions des images véhiculées par les médias. Des portraits grossiers qui ne manquent pas d'humour et de verve. De plus, comme pour Tony Vercetti, la majorité de ces personnages représente des gens dans le besoin qui collectionnent les problèmes et les embrouilles. Cette situation rend propice la dynamique d'entraide qui pousse le joueur à intercéder en leur faveur. Rarement dans le jeu, un personnage neutre, sans reproche ou sans besoin précis nous sera présenté. Cette mécanique tend à renforcer le sentiment de toute puissance que le joueur est appelé à développer du début à la fin de l'aventure. Tony Vercetti, résout les problèmes, rend des services, redresse les torts de tout un chacun pour devenir indispensable aux yeux de la communauté. La mise en scène de tous ces personnages démunis devient une nécessité, non pas seulement pour les besoins narratifs de l'aventure, mais aussi pour l'expérience de domination et de contrôle du joueur. La possibilité d'intervenir auprès de gens sans reproche comme lors des

d'arrestation policière, de secourisme en ambulance ou simplement de transport par taxi ou autobus, permet au joueur de s'adonner à de bonnes actions de son propre chef s'il sent le besoin de changer quelque peu la dynamique et souhaite se donner bonne conscience l'espace d'un instant. Quoi qu'il en soit, ce genre de dynamique aide à augmenter ce sentiment d'entraide amenant le joueur et son avatar à se rendre indispensable auprès des habitants de Vice City. Sans prendre part à cette mécanique, le joueur n'aura jamais la chance de progresser narrativement et territorialement dans le jeu.

Accolé à ses lieux physiques et ses habitants, Vice City met à la disposition du joueur une physique réaliste doublée d'une technologie issue des années quatre-vingt. On peut donc conduire une grande majorité de véhicules parmi les différents bateaux, avions, motos, camions, autobus et surtout automobiles disponibles sur le territoire. Ces voitures ne sont pas seulement représentées aux couleurs des Ferrari Testarossa, Pontiac Stinger (figure 21), Ford Stallion (figure 22) et Mercury Bobcat, elles tentent aussi d'imiter leurs comportements routiers ajoutant encore plus de crédibilité à l'entreprise.

[illustration retirée / image
withdrawn]

[illustration retirée / image
withdrawn]

Figure 21: La Stinger de Pontiac dans *GTA: Vice City*.
Figure 22: La Stallion de Ford dans *GTA: Vice City*.

Bien qu'à certains moments, surtout lors des collisions, un peu plus de friction aurait été souhaitable, les joueurs accueillent favorablement cet aspect du jeu qui favorise l'immersion. On n'a qu'à changer de véhicule entre deux missions pour voir la différence marquée entre la réponse physique de l'un et de l'autre. D'ailleurs, les créateurs du jeu proposent aux joueurs de sauvegarder leurs véhicules préférés dans des garages auxquels peuvent accéder au courant de la partie. Ces garages leur assurent de reprendre une mission donnée avec le/les véhicules de leur choix. Cela favorise le sentiment de propriété et d'appartenance à l'univers du jeu.

Le monde de Vice City dans lequel le joueur est immergé est rempli de pistes l'aidant à se situer en rapport à son propre contexte historique et social. Les couleurs pastel mises en évidence, le code vestimentaire de ses habitants, les publicités visuelles rappelant les années de Ronald Reagan et surtout les commentaires radiophoniques des annonceurs qu'il est possible d'entendre en changeant les postes de notre radio d'auto forment un cocktail très efficace qui nous rappelle le contexte de la fin de la guerre froide et de la chute du capitalisme. Sans aucun doute, le joueur se retrouve dans les années quatre-vingt. La trame sonore cristallise cette impression rapidement en proposant des pièces musicales issues uniquement de cette période. En tournant les postes de radio, on n'entend que les succès de l'époque, de Lionel Ritchie à Michael Jackson en passant par des artistes comme Corey Hart. Dès la seconde cinématique du jeu, le ton est donné par la musique d'ambiance qui n'est nulle autre

du jeu, le ton est donné par la musique d'ambiance qui n'est nulle autre que la chanson « Out of Touch » d'un duo bien associé aux années 80 : Hall & Oates. En utilisant la musique comme marque historique, les concepteurs de Rockstar s'assurent presque instantanément d'un point de référence pour la grande majorité de leur public cible. On peut même observer une critique culturelle formulée par les créateurs si l'on s'attarde aux propos tenus lors des publicités radiophoniques. L'une d'elles, entre autres, déplore l'invasion des instruments de musique électroniques qui inondent le marché à cette époque. Le débat de la légitimité de la machine dans le processus artistique faisait rage tel que le démontre cet extrait :

We have some sad news for you, Rock & Roll is dead, and pop is in!
 Why not discover the excitement of the science of music yourself, and
 Synths & Son the home of keyboards! Thanks to the science of music,
 you don't need musical talent to make great music.
 Just listen (weird noise) I created that, just by pressing a button.
 Synthesizers are the new way! (Classical music plays)
 Why work hard on difficult compositions, when a machine can make
 music better than you've ever dreamed of? You'll be the hit of the party!
 It's perfect for in-restaurant entertainment, cover bands, and funerals.
 Make fuse funky, and death marches danceable! It's the science of
 music at Synths & Son. Remember - you don't know you're a great
 musician, until you try!²⁶

En utilisant des références à la mode, l'architecture, la musique et le contexte social de la période, l'univers de GTA : Vice City devient ce qu'un Bogost nomme « a place » dans un de ses articles traitant de la série GTA. Selon l'auteur, Vice City n'est pas seulement qu'un espace abstrait. Cette ville virtuelle peut prétendre au titre de « place », car elle renferme en elle bien plus qu'un simple espace physique en trois dimensions sur lequel le joueur s'amuse à déambuler librement.

²⁶ Publicité radiophonique pour le magasin *Synth & Son* dans *Grand Theft Auto: Vice City*.

the equation, "place = space + meaning" (Harrison and Dourish). More specifically, the humanist geographer Yi-Fu Tuan defines place as space with "history and meaning". Where space is abstract, place is concrete: space is a grid that can be overlaid on all places, like the city of New York. In videogames we can perceive space as the abstract conception of 3D space, and place as the specific game world we experience such as Zelda's Hyrule or Grand Theft Auto's Liberty City [2006: 163].

Si je suis bien le raisonnement de Bogost et que je l'applique au concept d'universalisation, je pourrais dire que le passage de « space » à « place » est le résultat de l'œuvre universalisée. Le processus met en place les données nécessaires à cette transition puisqu'il a pour but de « représenter et correspondre aux sens (signes—relations) » (voir section 1c). Le monde construit devient une terre fertile en interprétations de toutes sortes qui ne seront concrétisées que par la participation du joueur à l'aventure. Il demeure important pour le créateur de savoir à qui s'adressera cet espace virtuel en établissant clairement le portrait de son Joueur Modèle. Le prochain chapitre tentera de répondre à cette question concernant *Grand Theft Auto : Vice City*.

Chapitre 5 : GTA : Vice City vs le Joueur Modèle

“...the essence of a game is rooted in its interactive nature, and there is no game without a player.”
-Ermi & Mayra.2005.

Existe-t-il un intérêt à déterminer le Joueur Modèle d'une œuvre à posteriori? Quoi qu'il en soit, l'exercice que je vais tenter ici est biaisé dès le départ. Il est évident pour moi que l'idée même d'identifier le joueur potentiel pour une œuvre vidéoludique n'est valable que si elle fait partie d'un travail effectué en amont. L'universalisation n'étant pas un projet d'étude, mais plutôt un processus créatif, toute sa pertinence réside dans le fait qu'elle est un filtre accompagnateur au travail de conception et de production d'un jeu vidéo. Cependant, il demeure important pour moi d'établir certaines bases pratiques concernant l'identification du Joueur Modèle et de tenter l'exercice avec *Grand Theft Auto : Vice City*. Cette analyse me permet, malgré son invalidité partielle, de vérifier mon concept en appliquant à ce jeu des théories sur les types de joueurs, dont celles de Bartle [1996], Smith [2006] ainsi que Boon et Bateman [2007], tout en les intégrant au concept d'universalisation. Comme l'étape décrite par Eco dans laquelle l'auteur tente d'établir la compétence du lecteur, cet exercice justifie de faire la même chose avec le Joueur Modèle. Je tenterai d'établir un cheminement typique qui permettra de l'identifier plus aisément. Un peu comme le propose encore une fois Eco, je vais bâtir ma stratégie.

5a. À la recherche du Joueur Modèle

Il est assez surprenant de constater à quel point l'identification du joueur potentiel est si peu traitée dans les nombreux ouvrages concernant le design de jeu. Même de grands praticiens reconnus comme Ernest Adams ou Chris Crawford n'ont pas offert de textes détaillés sur ce sujet qui est pourtant au centre des questions entourant la création d'un jeu. Le modèle le plus souvent utilisé dans l'industrie pour classer les types de joueur est habituellement très simple. On utilise à outrance deux termes flous qui n'ont pas encore trouvé de définitions stables au dictionnaire. Tout d'abord, on parle de « Hardcore Gamer », qui peut être traduit par « Joueur inconditionnel ». Ce terme désigne largement quelqu'un passant la plus grande partie de ses temps libres à jouer à des jeux vidéo. De plus, ce terme est souvent utilisé pour décrire les participants aux jeux compétitifs. Dans ce cas, sans apporter plus d'éclaircissement à ce concept, il sera parfois substitué par « Power Gamer ». L'autre appellation très souvent mentionnée dans les milieux professionnels est celle du « Casual Gamer » qui peut être francisée par « Joueur occasionnel ». Ce terme fourre-tout est devenu de plus en plus à la mode pour décrire la majorité des gens qui n'entrent pas dans la première catégorie. Les joueurs appartenant à ce type préfèrent les jeux simples et courts qui ne les obligent pas à approfondir leur culture vidéoludique pour profiter pleinement de leur expérience. Andrew Rollins et Ernest Adams y consacrent quelques minces paragraphes dans leur bible de six cent

quarante-huit pages : *On Game Design*. Leur propos se résume globalement ainsi :

In our opinion, the most significant distinction among player types is not between console-game players and computer-game players, not between men and women, and not even between children and adults. The most significant distinction is between core gamers and casual gamers. [...] Core gamers thrive on competition. They don't like games that are easy; they like games that are challenging. [...] A casual gamer is simply not willing to spend hours learning complex controls or getting killed again and again until he finds the one weak point in an otherwise invincible enemy. To design a game for casual gamers, you have to challenge their minds at least as much as their motor skills. [...] If you design a game specifically for one group, you almost certainly won't have a lot of sales to the other group [2003].

Bien que l'ouvrage date de 2003, il résume encore très bien la distinction convenue par la grande majorité des praticiens de l'industrie. Le fait de se contenter de précisions aussi simplistes démontre chez certains le peu d'intérêt que l'on porte à l'élément le plus important d'un jeu, c'est-à-dire le joueur. Pour l'instant rien n'est véritablement convenu pour identifier cet actant primordial au-delà de ses habitudes de consommateur. Dès lors, la difficulté pour un concepteur de bien cerner à qui il s'adresse n'en est que plus grande. Pourtant, certains modèles, peu diffusés et malheureusement méconnus, peuvent l'aider à identifier son joueur potentiel.

Je vais donc tenter d'établir le portrait type du joueur de *GTA : Vice City* en me servant de trois types de classifications distinctes provenant d'écrits théoriques récents.

La plus connue de ces classifications est sans doute celle établie par Richard Bartle. Bartle tire ses conclusions d'études qu'il a dirigées sur les intérêts des joueurs qui apprécient particulièrement les univers virtuels. Prenant au départ comme cibles les joueurs de MUD (Multi User

Dungeon), les observations de Bartle se sont vite transposées à une grande majorité de mondes virtuels. Depuis son texte: «*Hearts, Clubs, Diamonds, Spades: Players who suit MUDs*» écrit en 1996 jusqu'au test disponible sur Internet²⁷ pour déterminer votre psychologie de joueur, les études de Bartle prennent de plus en plus de place dans les réflexions sur le joueur. Selon l'auteur, il existe quatre types de joueurs (le chiffre quatre semble d'ailleurs faire l'unanimité dans la majorité des théories sur le joueur). Premièrement, il identifie celui qui trouvera son intérêt dans l'accomplissement personnel face aux défis qui sont intrinsèques à l'expérience de jeu. Ceux qui voudront absolument réussir toutes les quêtes, battre les records, devenir les premiers à atteindre un niveau et compléter tous les objectifs. Ce type de joueur est identifié comme étant un « Achiever » (complétiste). Le second type mettra l'accent principal sur le monde virtuel et tous ses composants. Il sera principalement intéressé par l'exploration de tous les endroits accessibles et comme un découvreur. Il trouvera son plaisir dans les découvertes uniques et les possibilités multiples que tout l'univers physique d'un jeu pourra lui offrir. On lui donne simplement le nom d'« Explorer » (explorateur). Vient alors celui qui sera attiré par l'aventure virtuelle pour ses possibilités socialisantes. La majeure partie de son temps de jeu sera utilisée pour faire des rencontres et jouer en compagnie de joueurs possédant souvent les mêmes intérêts. Les qualités interactives et communicatives d'un jeu vidéo sont pour lui la véritable raison de son implication ludique. Son titre de « Socialiser »

²⁷ Disponible au : <http://www.gamerdna.com/bartle.php>

(joueur social) lui va donc comme un gant. Pour terminer, on identifie celui qui recherche la compétition systématique comme le « Killer » (destructeur). Ce joueur utilisera adéquatement le jeu à ses besoins de supériorité et de domination. L'idée d'être le meilleur et de gagner reste toujours imbriquée dans son esprit. Bartle se permet d'apporter la nuance suivante concernant ce type de joueur: « Players use the tools provided by the game to cause distress to (or, in rare circumstances, to help) other players. Where permitted, this usually involves acquiring some weapon and applying it enthusiastically to the persona of another player in the game world [1996] ».

[illustration retirée / image withdrawn]

Figure 23: La répartition des types de joueurs en relation avec les éléments primordiaux d'un jeu vidéo selon Richard Bartle [1996].

La figure 23 montre la répartition que fait Bartle de ses types de joueurs en relation avec les éléments du jeu en ligne qu'il considère comme étant les plus importants. On remarque que chaque type de joueur

est appelé à interagir principalement avec deux données primordiales. Par exemple, le « Killer » (destructeur) agira principalement sur les autres joueurs et interférera sur leur façon d'être (acting) dans le monde virtuel. En contrepartie, l'« Explorer » (explorateur) entrera en interaction avec le monde virtuel à la recherche de nouvelles découvertes sans chercher la confrontation avec le « Killer » (destructeur).

Dans le cas qui nous concerne, il est clair que les joueurs de type « Killer » (destructeur) et « Socialiser » (joueur social) ont très peu à se mettre sous la dent dans *Vice City*. La structure du jeu organisée sous forme de missions et l'immense territoire à explorer sont là pour contenter les deux autres catégories. En effet, la structure ouverte du jeu favorise grandement l'exploration topographique de l'univers en plus de permettre au participant de s'immerger dans cette ville remplie de choses à découvrir. On peut dire sans se tromper que *GTA : Vice City* est principalement attirant pour les « Explorers » (explorateurs) tout en conservant l'intérêt des « Achievers » (complétistes) avec ses nombreuses quêtes et son système de progression et d'acquisition de biens. Il est à considérer qu'un jeu incluant principalement du contenu pour ces deux catégories de joueurs sera le sujet d'une diffusion externe abondante, car ses participants voudront faire connaître à toute une communauté leurs découvertes et leurs exploits. Ceci pourrait expliquer en partie pourquoi une série comme *Grand Theft Auto* fait l'objet de dizaines de sites virtuels qui sont très actifs et qui participent, au quotidien, à la diffusion de contenu

relatif à cet univers.²⁸ D'ailleurs, deux phrases de Bartle résumeraient bien le leitmotiv d'une grande partie des joueurs de cette communauté :

Achievers are proud of their formal status in the game's built-in level hierarchy, and of how short a time they took to reach it. [...] Explorers are proud of their knowledge of the game's finer points, especially if new players treat them as founts of all knowledge [1996].

Même si les modèles de Bartle ne feront pas nécessairement l'unanimité vu leur caractère restreint aux joueurs en ligne, nous pouvons en retirer certains traits caractéristiques des diverses personnalités de joueurs sillonnant l'univers virtuel contemporain. Je tenterai d'en conserver quelques aspects dans la description finale de mon Joueur Modèle de *GTA*.

Jetons maintenant un coup d'œil à une autre classification intéressante proposée par Chris Bateman et Richard Boon. Cette classification est probablement une des plus abouties à ce jour. Elle prend en considération plusieurs théories, dont principalement les recherches d'Isabel Myers et Katheryn Briggs qui ont mis au point une typologie permettant de classer les individus selon leur type de personnalités. Inspirés par les travaux de Carl Jung, cette typologie porte le nom de Myers-Briggs Type Indicator (MBTI). Bien sûr, cette méthodologie fut régulièrement critiquée depuis sa parution en 1962. Cela n'empêchera pas Bateman et Boon de se servir de ces études pour concevoir ce qu'ils baptiseront le Demographic Game Design 1 (DGD1). Comme je n'ai pas l'intention de sortir de mon champ d'expertise, je ne tenterai pas de valider

²⁸ Des sites comme Gtainside.com en anglais et Gtacomunity.fr en français font figure de chef de file dans ce domaine.

la pertinence d'utiliser le MBTI comme base de recherche. Je vais plutôt prendre quelques lignes pour résumer les conclusions des deux auteurs qui méritent d'être considérés dans ce jeune domaine qu'est le design de jeu vidéo. D'ailleurs, le DGD1 n'est pas présenté comme étant une formule magique, mais plutôt « ...as a tool to expand the perspective of game designers when tackling the diverse needs of players » [2006: 77]. Comme pour l'étude de Bartle, la division quadripartite est proposée:

Type 1 Conqueror: play style is associated with challenge and the emotional payoff of Fiero - triumph over adversity. We associate Type 1 play with players who aim to utterly defeat games they play - they finish games they start [2006: 58].

Type 2 Manager: play style is associated with mastery and systems. Victory for people preferring this play style seems to be the sign that they have acquired the necessary skills, not a goal in and of itself. They may not finish many games that they start playing [2006: 62].

Type 3 Wanderer: play style is associated with experience and identity. Challenge is not especially desired, but may be tolerated - what they enjoy is unique and interesting experiences. Stories and mimicry are key draws [2006: 65].

Type 4 Participant: play style is associated with emotions and involvement. Participants seem happiest when they are playing with people, but they also enjoy play which is rooted in emotion. Any game which allows the player an emotional stake is a potential Type 4 game [2006: 69].

Boon et Bateman vont même jusqu'à proposer une association entre leurs quatre types de joueurs et la classification classique de l'industrie comprenant les « joueurs inconditionnels » et les « joueurs occasionnels ». Régulièrement déterminés comme étant des divisions strictement marketing (Market Clusters), les termes « casual » et « hardcore » sont ici utilisés avec plus de nuances et de profondeurs. Malgré tout, les auteurs présentent les limites de leurs conclusions en mentionnant que leurs résultats n'ont rien de scientifique et se fondent uniquement sur des

extrapolations motivées par leurs expériences de chercheurs. Cette approche enrichie propose que chaque modèle présenté plus haut puisse être attribué autant à des joueurs occasionnels qu'à leurs antonymes inconditionnels. Il sera donc possible d'observer des joueurs de type «Wanderer Hardcore» autant que d'autres de type «Wanderer Casual». De plus, le duo ajoutera à cette seconde association une série de quatre compétences issues des études sur le tempérament individuel, plus précisément sur celles conduites par David Kiersey [1978] et Linda Berens [2000]. Ces deux chercheurs proposent que les compétences intrinsèques d'un individu se divisent en quatre champs distincts qui incluent le stratégique, le diplomatique, le tactique et la logistique. La description qu'ils en font est la suivante :

Stratégique: Strategic skills include the capacity to think ahead to possible contingencies and factors and the design process for achieving objectives, to identify the way and means to achieve a well defined goal, and to mobilize and coordinate of others to implement a strategy [2006: 91].

Diplomatique: Diplomatic skills the capacity to strive towards unity by resolving conflicting issues while honoring individual uniqueness, having empathy, and viewing a situation at a level of abstraction to find how different views are similar [2006: 91].

Tactique: Tactical skills chiefly revolve around the capacity to read the current context and skillfully manage the situation [2006: 91].

Logistique: Logistical skills are based around getting the right things and the right information in the right place at the right time, in the right quantity and to the right people [2006: 92].

De ces conclusions, Boon et Bateman en tireront un «skill set» qu'ils vont associer à chacun de leurs types de joueurs. Le tableau qui suit fait état de l'amalgame de ces considérations :

[illustration retirée / image withdrawn]

Tableau 2: La relation entre les styles de joueurs et les compétences relatives aux théories sur le tempérament. Tableau repris de Boon et Bateman [2006 :93].

Dans le cas de *GTA : Vice City*, les joueurs Conquerors et Wanderers trouveront amplement de quoi se mettre sous la dent. La structure des missions favorisant la complétion et la multitude de défis offerts par un niveau de difficulté accru profitera aux comportements de type 1. D'autre part, la diversité des expériences de jeu, la trame narrative bien ficelée et l'ampleur du monde à explorer plairont assurément aux joueurs de type 3. Comme *GTA : Vice City* demeure avant tout un jeu où la liberté d'action et de choix est partie prenante de l'expérience, les joueurs d'un certain type pourront éviter, ou du moins passer rapidement, les moments plus irritants

qui ne correspondent pas ou très peu à leur type de comportement de joueur et, par le fait même, à leurs intérêts.

Pour compléter mon référentiel d'études sur les comportements des joueurs de jeux vidéo, je vais présenter certains éléments qui me paraissent éclairants provenant de *Plans and Purposes: How Video Games Shape Player Behaviour* [2006]. C'est une thèse de doctorat, non publiée à ce jour, qui est l'œuvre de Jonas Heide Smith. Smith conclut, selon ses recherches, qu'il existe quatre types de joueurs si l'on se fie aux écrits qu'il a recensés dans le vaste domaine des études médiatiques. Bien que son étude se base plus précisément sur un de ces modèles, le «Rational Player», l'auteur prend le temps de décortiquer tous les types de joueurs qu'il a recensés : «I find it more accurate to acknowledge that game studies may be thought of as representing four separate models of the relationship between game design and player behaviors» [2006 : 23]. Ces quatre modèles sont:

1. The Suceptible Player Model (Le modèle du joueur susceptible)
2. The Selective Player Model (Le modèle du joueur sélectif)
3. The Active Player Model (Le modèle du joueur actif)
4. The Rational Player Model (Le modèle du joueur rationnel)

Le premier modèle, comme son nom l'indique, désigne un joueur qui subit volontairement ou non, l'influence du jeu auquel il prend part. Son comportement a posteriori sera teinté par l'expérience de jeu et le contenu de ces derniers. Ce type de joueur sera probablement tenté de poursuivre l'expérience à l'extérieur du contexte spécifique dans lequel se déroule son

jeu favori. On peut facilement y voir un rapport direct entre ce genre de comportement et l'important nombre de sites web dédiés aux jeux les plus populaires de l'époque. Il est aussi possible de penser que tout le débat controversé concernant l'aspect violent des jeux vidéo et leurs répercussions dans la société puisse être nourri par l'existence de ce type de joueurs. Comme Smith le mentionne: « The overwhelming majority of studies within game studies investigate the relationship between game content and player behaviour; that is they hypothesise a relationship between features of "representation" or "narrative and setting" and the player's observable post-game behaviour or skills » [2006: 26].

Le deuxième type est défini comme un joueur cherchant à combler ses besoins par le jeu. Cela peut être vu simplement comme «The player perceives a need -> the player chooses a game -> the game fulfils the need» [2006: 27-28]. Ce comportement emmènera l'individu à choisir plus particulièrement ses jeux sans être constamment influencé par la masse. Il peut cependant s'accorder avec d'autres types de comportements sans pour autant perdre de vue ses besoins à combler qui demeurent le leitmotiv de la majorité de ses activités ludiques.

L'«Active Player Model» quant à lui, représente un joueur qui est activement engagé dans le jeu. Il s'impliquera parfois d'une façon qui n'aura pas été prévue par les concepteurs eux-mêmes. L'avènement récent des jeux MMO et tout le commerce organisé autour de leur pratique en sont un bon exemple. Les différentes compétitions et les modiques qui font maintenant partie de la culture vidéoludique en sont aussi un reflet. Le

joueur « actif » prendra un plaisir certain à s'impliquer dans la majorité de ces activités connexes.

Finalement, le centre de la recherche de Smith : le joueur rationnel. Cette catégorie représente pratiquement la majorité des joueurs, car elle décrit celui qui veut venir à bout des défis que représente une expérience vidéoludique. Comme la majorité des jeux contemporains sont faits de défis que le joueur devra surmonter en mettant à l'épreuve ses capacités, il est fort à parier que la plus grande partie des joueurs vont coller à la description. Smith se sert entre autres d'arguments présentés par des auteurs qu'il identifie comme étant des *formalistes*. C'est le cas de Jesper Juul que l'auteur cite de cette façon : «In a related argument, game scholar Jesper Juul is explicit that "A bad game is one where the player is unable to refine his or her repertoire or where a dominant strategy means that there is no reason to improve the repertoire [Juul, 2003: 54]"» [2006: 37]. Cette affirmation de Juul permet donc à Smith d'avancer qu'un joueur a presque toujours comme but ultime de relever les défis mis sur son chemin par le jeu et ses designers :

In other words, if a player has exhausted his or her strategic opportunities the game is of no further interest. This clearly implies that players want to succeed in the game, since a game with no further room for strategic development needs not be bad if only players preferred tapping buttons to match the game soundtrack instead of optimizing their outcome [2006: 37].

C'est cette raison qu'il conçoit presque comme universelle qui pousse Jonas Heide Smith à consacrer la majeure partie de son étude au modèle du joueur rationnel.

Vice City n'échappe assurément pas aux joueurs rationnels. Comme je l'ai mentionné précédemment, la difficulté accrue du jeu et la multitude de défis divers ne cachent pas les intentions des créateurs qui ont voulu en faire avant tout un jeu pour ce genre de public. Cependant, il faut considérer que les trois autres types de joueurs peuvent y trouver un intérêt quelconque et plus particulièrement le joueur actif qui devient un acteur important de toute la communauté entourant la série *GTA*. Par sa présence sur les forums de discussions, la création de sites web, de modiques et de nouveau contenu, il ajoute une nouvelle dimension qui n'a au départ, probablement pas été prévue, quoique souhaitée, par les concepteurs de *Rockstar*.

Il n'existe pas que trois études de joueurs qui peuvent aider les créateurs à faire un portrait de leur Joueur Modèle. J'ai fait ici l'exposition de trois théories connues à ce jour, mais il y a fort à parier que plusieurs autres viendront s'ajouter à la somme. Aux fins de l'exercice entamé ici, je propose un portrait du Joueur Modèle de *GTA : Vice City* influencé par Bartle, Boon, Bateman et Smith. Dans le cas qui nous concerne, le type recherché serait hybride et proviendrait d'un croisement entre l'« Explorer » (explorateur) de Bartle et le Wanderer (vagabond) de Bateman et Boon. Il porterait en lui une bonne dose du joueur rationnel tout en étant très porté à s'impliquer émotionnellement au-delà du joueur moyen. Notre Joueur Modèle de *GTA : Vice City* serait alors un Explorateur/Vagabond rationnel.

Chapitre 6 : La communauté dans *GTA : Vice City*

Dans ce dernier chapitre, je vais tenter de démontrer comment le type de réalisme contenu dans ce jeu peut favoriser son universalisation dans un collectif intelligent comme celui décrit par Pierre Levy.

S'il y a une chose que l'on constate principalement lorsque l'on joue à *Vice City* c'est la minutie avec laquelle les concepteurs ont recréé un univers plausible qui s'inspire sans détour de la culture populaire rattachée à l'époque dépeinte dans le jeu, celle des années quatre-vingt. Avec une précision surprenante et déconcertante, ils ont su mettre en scène la grande majorité des clichés et des subtilités qui ont été conservées dans la mémoire collective pour représenter cette époque marquée par l'individualisme et l'explosion du rêve américain. Le choix évident que fait *GTA : Vice City*, c'est de proposer au joueur une immersion qui sera mise en place par un réalisme qui n'est pas tributaire d'une technologie époustouflante, mais plutôt de la précision contenue dans sa représentation sociale et historique d'une époque cristallisée par les autres médias. L'omniprésence des personnages, véhicules, musiques et artefacts culturels associés à cette époque vient appuyer du commencement jusqu'à la fin ce qui se veut une satire des années Reagan. C'est peut-être par ce « social réalisme » que *Vice City* aura su toucher autant toute la communauté vidéoludique. L'intérêt que développera cette communauté à poursuivre l'aventure au-delà des limites établies par le jeu en concevant des centaines de sites web, de modiques et de machinima en plus d'inspirer toute une littérature autant fictive que

scientifique, est possiblement attribuable à toute la richesse et la complexité que renferme une œuvre comme *GTA : Vice City*.

6a. La satire intertextuelle

Dans sa description de ce qu'il définit comme la correspondance réaliste, Alexander Galloway se réfère au cinéma et à André Bazin :

André Bazin defined realism in the cinema as a technique to approximate the basic phenomenological qualities of the real world. And he knew well that "phenomenological qualities" did not simply mean realistic visual representation. It also means real life in all its dirty details, hopeful desires, and abysmal defeats. Because of this, realism often arrives in the guise of social critique [2006: 74].

Cette description correspond en tout point à ce qu'est *Vice City*. Un jeu dans lequel, au-delà de la quête de rêve américain, on représente une société pleine de promesses et de contradictions. La détermination du personnage principal à se faire justice lui-même est déjà une belle contradiction dans un jeu où les forces de l'ordre sont les principaux ennemis à éviter. Ce que Galloway souligne en parlant des « phenomenological qualities » est aussi présent chez les chercheurs ayant une vocation plus scientifique. Laurence Kutner et Cheryl Olson qui sont les auteurs de *Grand Theft Childhood* tentent eux aussi de déterminer dans leur ouvrage ce qui correspond au terme « réalisme » lorsque vient le temps de parler de jeux vidéo. Ils tentent de faire le point sur les facteurs qui influent sur les perceptions des joueurs concernant le réalisme vidéoludique. Pour ce faire, ils renvoient à une étude conduite par Steven Maillet dans *Learning, Media and Technologies* :

Steven Maillet, PhD, of the Catholic University of Leuven in Belgium, conducted a series of structured interviews with thirty-two gamers;

mostly boys aged sixteen to nineteen, to understand their perception of video game realism. At first, these teens talked about things like colors, landscapes and facial features. But it soon became clear that realism is about more than advanced computer graphics. He identified five dimensions of perceived video game realism: factually, authenticity, a sense of virtual experience, involvement with characters and graphical realism [2008: 117].

Ce que l'étude de Maillet détermine comme étant le facteur relié au « factually realism » est très semblable du concept de *social réalisme* décrit par Galloway. C'est en reconnaissant les comportements et les thématiques issues de sa propre réalité que le joueur éprouvera un sentiment de bien-être et de confort. Voulant se reconnaître dans le jeu, le joueur développe des attentes qui sont comblées par des éléments faisant partie de sa propre culture. Cette méthode est définie comme étant le « priming » par David Nunez et Edwin Blake qui ont écrit sur l'impact de cette méthode sur les mondes virtuels. L'exploitation des attentes des joueurs est selon eux primordiale pour créer un sentiment de présence physique. Grâce à cette exploitation, le joueur devrait se sentir véritablement immergé dans un monde qui correspond à son image personnelle de l'endroit en question. C'est pourquoi, dans le cas de *Vice City*, la ville de Miami qu'on y présente n'est pas une reproduction exacte topographiquement de l'endroit. Elle correspond plutôt à l'image généralement véhiculée de cette ville par les autres médias. Ian Bogost qui s'est intéressé à cette dimension de GTA dans un article intitulé *Experiencing Place in Los Santos and Vice City*, relie l'expérience de *Vice City* et le concept de « priming » :

Priming demonstrates the important role of cognitive psychology in creating virtual worlds. GTA: VC primes its players for immersion in Vice City first by developing a virtual environment based on pre-existing

imagery of popular culture. Then it primes its players with a consistent presentation of the game. Rockstar Games adamantly self-publishes all material related to their games, ensuring consistency and proper priming of their players. Using these two techniques, expectation of what players will find in *Vice City* are established well before the game is loaded on their console. When a player's expectations of a virtual environment are met, they experience a heightened presence within that environment [2006: 172].

C'est pour satisfaire aux attentes des joueurs dont parle Bogost que l'universalisation sera utile au créateur. Car si l'on a fait un portrait juste de notre Joueur Modèle, il sera plus facile de le positionner dans la sphère de l'intelligence collective qui correspond à sa culture personnelle et par la suite de déterminer quelles seront probablement ses attentes envers un univers fictif et virtuel. Cela explique pourquoi la représentation de Miami qui est faite dans *Vice City* est beaucoup plus près de ce l'on a pu observer dans *Scarface* ou *Miami Vice* que des cartes touristiques de la ville.

D'ailleurs en rapport à cette affirmation, Bogost écrit:

By focusing on popular culture's mediation of contemporary American cities instead of directly mapping physical terrain, the GTA series embodies a highly playable (though geographically incorrect) translation of real place. In this context, translation refers not only to the physical treatment of each city's local architecture and atmosphere, but also to a rendition of the spirit of these cities as they exist in popular culture. [...] By leveraging these popular notions with existing special conventions, Rockstar creates an amalgam of real and mediated places resulting in hybrid virtual cities whose cultural rules prove more salient than their physical geography [2006: 162].

[illustration retirée / image
withdrawn]

[illustration retirée / image
withdrawn]

Figure 24 : La carte touristique de la pointe est de Miami (à gauche) & la carte de *Vice City* (à droite).

[illustration retirée / image withdrawn]

[illustration retirée / image withdrawn]

Figure 25 : Des ressemblances évidentes entre le Miami de *Scarface* (à gauche) et *Vice City* (à droite).

La correspondance observée dans *Vice City* ne se limite pas à l'espace physique et à l'environnement qu'il propose. L'utilisation de référents parfois grossiers, parfois subtils, permet une recirculation des thèmes associés aux « 80's » et provoque un engouement chez une communauté de joueurs pour la recherche de liens culturels de second niveau. Cette mécanique, une fois enclenchée, ne peut qu'aider à faire grandir l'intérêt pour un jeu rempli de références intertextuelles. Jetons un coup d'œil à quelques exemples de cette nature tirés de *GTA : Vice City*.

La cinématique d'introduction de *Vice City* : Elle est directement inspirée de celle de la série *Miami Vice* (1984-89, NBC). Le style cinématographique, les teintes de couleurs et le rythme de la musique ne permettent aucun doute sur la provenance de l'inspiration.

Le domaine de Tommy Vercetti (figure 26) : Le domaine du personnage principal du jeu est tiré de l'architecture et de la décoration de celui de Tony Montana dans le film *Scarface* de Brian DePalma (1980). La

disposition des pièces à l'intérieur et le fameux bureau qui fait office de salle de surveillance sont pratiquement identiques.

[illustration retirée / image withdrawn]

[illustration retirée / image withdrawn]

Figure 26 : Tommy Vercetti dans son domaine de Vice City (à gauche). Tony Montana et son bureau dans *Scarface* (à droite).

Le personnage de Ken Rosenberg (figure 27) : L'avocat, ami et conseiller de Tommy Vercetti est une reproduction du personnage campé par Sean Penn dans un autre film de Brian DePalma : *Carlito's Way* (1993). Le style vestimentaire, la physionomie et le comportement de ce personnage correspondent en tout point.

[illustration retirée / image withdrawn]

Figure 27 : Ken Rosenberg l'avocat de Vice City (à gauche). Sean Penn dans le rôle de David Kleinfeld dans *Carlito's Way* (à droite).

La compagnie de taxi Kauffman : La compagnie de taxi œuvrant à Vice City fait référence au légendaire sitcom *Taxi* (1978-83, ABC & NBC) et à sa vedette, aujourd'hui décédée, Andy Kauffman.

L'aéroport Escobar International : L'aéroport de la ville est baptisé selon le trafiquant de drogue colombien Pablo Escobar qui fut le principal artisan de l'importation massive de cocaïne vers Miami dans les années quatre-vingt.

Plusieurs autres clins d'œil sont faits à travers les personnages de la série comme celui de Lance Vance (figure 28) dont la voix est doublée par Philip Michael Thomas (figure 29), un des deux acteurs principaux de *Miami Vice*. Celui de Candy Suxx, vedette de films pour adulte qui est doublée par une des plus grandes actrices du genre : Traci Lords. On peut aussi remarquer que le portrait d'un réalisateur de film du nom de Steve Scott (figure 30) a les mêmes initiales que Steven Spielberg et qu'il est obsédé, comme par hasard, par les requins de grandes tailles.

[illustration retirée /
image withdrawn]

[illustration retirée /
image withdrawn]

[illustration retirée /
image withdrawn]

Figure 28 : Lance Vance.

Figure 29 : Philip Michael Thomas dans *Miami Vice*.

Figure 30 : Le réalisateur de *Vice City* : Steve Scott.

Il est possible de trouver des analogies du genre tout au long de notre exploration de *Vice City*. J'éviterai d'en faire ici la liste exhaustive, me contentant de quelques exemples marquants pour illustrer mon propos. Cependant, il semble clair que lorsque les créateurs du jeu ont inséré, consciemment on suppose, tous ces archétypes et ces repères dans leur

jeu, ils étaient conscients qu'ils ouvraient toute grande la porte à une panoplie d'hypothèses représentatives. Toutes ces hypothèses serviront à nourrir la communauté de joueurs qui, par le biais d'autres canaux de communication, fera circuler le contenu et grandir la fiction.

Il arrive parfois que les meilleures idées soient conservées pour une étape ultérieure. C'est le cas de certains aspects de la suite de *GTA : Vice City* ayant pour titre *Vice City Stories*. Dans cette version parue quatre ans plus tard, les concepteurs y vont d'un bel exemple d'universalisation quant à la représentation de leur système de bonus. Dans le premier jeu, il était possible de collectionner les paquets cachés (hidden packages), qui avaient été placés un peu partout dans l'environnement. Cent paquets au total devaient être trouvés pour profiter du boni ultime. Dans la suite qui se déroule en 1984, les « paquets cachés » laissent leur place aux « 99 red ballons » (99 ballons rouges) qui sont nommés ainsi en hommage à une chanson populaire de 1983 du groupe allemand Nena. Dans ce cas-ci, les concepteurs ont choisi de ne pas seulement faire référence à la culture vidéoludique avec leur première appellation, mais à une culture beaucoup plus large qui est celle de la musique populaire. Ce n'est qu'un ajustement très subtil, mais il illustre bien ce que propose le concept d'universalisation. Représenter l'élément d'un jeu de façon à ce qu'il devienne porteur de sens au-delà des limites qui sont fixées par son propre espace fictif. On peut observer une autre forme d'universalisation lorsque l'évocation subtile de la culture populaire cède sa place à une présence concrète du sujet. Encore une fois, ce phénomène peut être observé en comparant les deux

jeux prenant place à *Vice City*. Dans la première aventure, on nous présente un groupe rock du nom de Love Fist qui n'est pas sans rappeler le mythique *Spinal Tap* (Rob Reiner, 1984) et le style des groupes de « hair metal »²⁹ très populaire au milieu des années quatre-vingt. Les créateurs se contentent cependant d'une image générique, peu subtile, qui demeure l'empreinte d'une génération sans la représenter de façon précise. Dans la suite, *Vice City Stories*, le personnage principal rencontrera aussi une vedette du rock, mais cette fois-ci elle est représentée en la personne de Phil Collins³⁰, une grande vedette connue mondialement. Est-ce là un hommage au fait que Collins fut une des vedettes de la musique à faire une apparition remarquée dans *Miami Vice*? Est-ce tout simplement le fait que Collins est un des chanteurs les plus populaires de cette époque? Quoiqu'il en soit, pour la première fois dans la série GTA, un personnage appartenant au réel traverse la mince ligne le séparant de la fiction. Pour accroître l'expérience, les gens de Rockstar reproduiront quasi exactement une séquence d'un spectacle de Collins (figure 32) dans lequel il interprète un de ses grands succès *In the Air Tonight*³¹ (*Face Value*, 1981).

²⁹ Le « hair metal » est un dérivé du Hard Rock qui a pris racine sur la côte ouest américaine. Dès 1981 des groupes empruntant le style vestimentaire et les mimiques du Glam Rock feront leur apparition sur les palmarès. Parmi les chefs de file du mouvement on compte Motley Crue, Ratt et plus tard, Guns N' Roses. À partir du début des années quatre-vingt dix, le style aura de plus en plus de mal à survivre. Les derniers représentants du genre à connaître du succès auront été Poison.

³⁰ Phil Collins fera une apparition en tant qu'acteur dans la série *Miami Vice* en 1985. Son personnage, Phil Mayhew, apparaîtra dans le onzième épisode de la seconde saison. L'épisode est intitulé : « Phil the Shill ».

³¹ *In the Air Tonight*, est une des pièces marquantes de la série *Miami Vice*. Elle a été utilisée comme trame sonore dans plusieurs épisodes, ce qui laisse à penser que le choix de cette chanson n'est assurément pas le fruit du hasard.

[illustration retirée / image withdrawn]

Figure 31 : Le groupe fictif Love Fist dans *GTA : Vice City*.
 Figure 32 : Phil Collins en spectacle dans *GTA : Vice City Stories*.

La précision avec laquelle cette séquence est présentée démontre une volonté d'aller au-delà de l'évocation. Les jeux comme *Battlefield 1942* (Digital Illusions CE, 2002) ou *Call of Duty* (Activision, 2003) mettant en scène les grands conflits mondiaux sont déjà imprégnés d'une historicité de plus en plus rigoureuse alors pourquoi la représentation de la culture populaire dans l'histoire n'aurait-elle pas droit au même traitement.

6b. La culture participative

Si les créateurs de *GTA : Vice City* ont su frapper l'imagination de la communauté vidéoludique en utilisant de façon créative la culture populaire de la fin du vingtième siècle, ils ont aussi permis à cette culture d'être remodelée et rediffusée à travers les nouveaux schèmes de communication. Dès la sortie du jeu en 2002, Rockstar mettra sur le marché un coffret de disques compacts dans lequel le public pourra retrouver les pièces musicales de l'époque qui constitue la trame sonore du jeu. Profitant de l'engouement du public pour les chansons des années quatre-vingt, Rockstar utilise au maximum le phénomène du « 80's revival » qui prend de l'ampleur depuis l'an 2000. De plus, les versions du

jeu conçues pour être jouées sous Windows permettent aux utilisateurs les plus débrouillards de modifier à leur gré le contenu et la structure du jeu pour créer nombre de modiques et de nouveau contenu. Selon Ruffin Bailey, auteur d'un texte sur la diffusion particulière du contenu de GTA, ce n'est pas le fruit du hasard de voir un engouement particulier dans la communauté de joueurs pour la diffusion de contenu original relié à GTA. Se basant sur le concept de la métalepse instauré par Gérard Genette, Bailey suggère que cette forme de création par les joueurs, à partir d'un jeu permettant l'exploitation de son code, est le passage d'une forme narrative à une autre. Bailey considère GTA comme un modèle sur cet aspect:

It is essential to understand Rockstar's use of metalepses to realize that their encouragement of users' subversion of the game's code, its very medium, is no accident. This is particularly obvious with the version of Grand Theft Auto that plays on personal computer running the Windows operating system. Here, players so disposed may quickly learn to modify the game by inserting textures and models that create new vehicles, weapons, even new clothing and building façade. That Rockstar has made hacking the series not only possible, but relatively simple affair, shows their willingness and desire for gamers to coauthor more than merely the plot of what is already one of the most open, free-flowing game experiences available to date, including its digital content [2006: 213].

On remarque dans cette affirmation de Bailey que la diffusion de contenu altéré ne passe pas seulement par l'intérêt qui est suscité par l'œuvre, mais aussi par sa flexibilité technique. Il n'est donc pas seulement important de concevoir un univers riche et stimulant comme dans le cas d'une œuvre littéraire, mais il faut aussi s'assurer que son contenu soit malléable et facilement accessible pour le joueur moyen. Comme l'a déjà mentionné Will Wright, il est probablement vrai, quoique non vérifié scientifiquement, que seulement vingt pour cent des joueurs vont créer du

nouveau contenu pour le reste de la communauté vidéoludique. Ceux que Henry Jenkins appelle les « fans » comptent pour beaucoup dans ce processus de diffusion indispensable à une universalisation complète de l'œuvre. Une étape importante pour un jeu issu du processus d'universalisation serait de s'inscrire dans la culture convergente que Jenkins définit comme le nouveau phénomène issu de la culture participative :

Convergence culture describes a moment when fans are central to how culture operates. The concept of the active audience, so controversial two decades ago, is now taken for granted by everyone involved in and around the media industry. New technologies are enabling average consumers to archive, annotate, appropriate, and recirculate media content [2006:1].

On peut facilement rattacher à cette précision de Jenkins une conclusion de Pierre Lévy sur le flou engendré par les nouveaux modes de communication :

Les séparations entre les messages ou les « œuvres », envisagés comme des micro-territoires attribués à des « auteurs », tendent à s'effacer. Toute représentation peut faire l'objet d'échantillonnage, de mixage, de réemploi, etc. Selon la pragmatique de création et de communication en émergence, des distributions nomades d'informations fluctuent sur un immense *plan sémiotique déterritorialisé*. Il est donc naturel que l'effort créateur se déplace des messages pour aller vers les dispositifs, les processus, les langages, les « architectures » dynamiques, les milieux [1994:122].

Nous n'avons qu'à prendre comme exemple quelques sites web dédiés à la culture entourant Grand Theft Auto pour voir les thématiques et les styles se mélanger au point de n'en faire plus qu'un. Le site www.grantheftauto.fr propose entre autres des modifications incluant le style des *Flintstones* (Hanna & Barbarra, 1960-66) et le populaire « bullet-

time »³² de *The Matrix* (Andy & Larry Washowski, 1999). Un autre site du nom de www.gtagarage.com héberge des centaines d'altérations pour *Vice City* seulement en proposant des versions remodelées de *GTA-Star Wars*, *GTA-Mario Bros* ou encore *GTA-Miami Vice*.

[illustration retirée / image
withdrawn]

[illustration retirée / image
withdrawn]

Figure 33 : *Vice City* à la sauce *Mario Bros*.
Figure 34: *GTA* et *The Flintstones*.

Entreprendre de faire le décompte de tous les modiques et altérations disponibles sur le web serait une tâche qui mobiliserait une équipe de recherche à elle seule. Il n'est donc pas possible de considérer *GTA : Vice City* et ses homologues de la même série comme de simples jeux vidéo appartenant à une culture jeune et immature. Les œuvres de ce genre s'inscrivent dans la culture populaire à un point tel qu'elles en deviennent des véhicules au même titre que les films marquants, les grands courants musicaux et les produits de la télévision. Voici à quoi pourrait ressembler une version schématisée des éléments du concept d'universalisation appliqué à *GTA : Vice City* :

³² Le « bullet-time » est une technique de ralenti utilisée principalement au cinéma, dans la publicité et les jeux vidéo. Cette technique fait en sorte de présenter une scène à une vitesse si lente qu'elle permet de voir filer assez clairement un projectile d'arme à feu. Dans le contexte d'un jeu vidéo, elle permet au joueur de voir la vitesse du jeu ralentir pour lui offrir une plus grande latitude de mouvement et une précision accrue. Le premier jeu à populariser cette technique fût *Max Payne* (Remedy Entertainment, 2001).

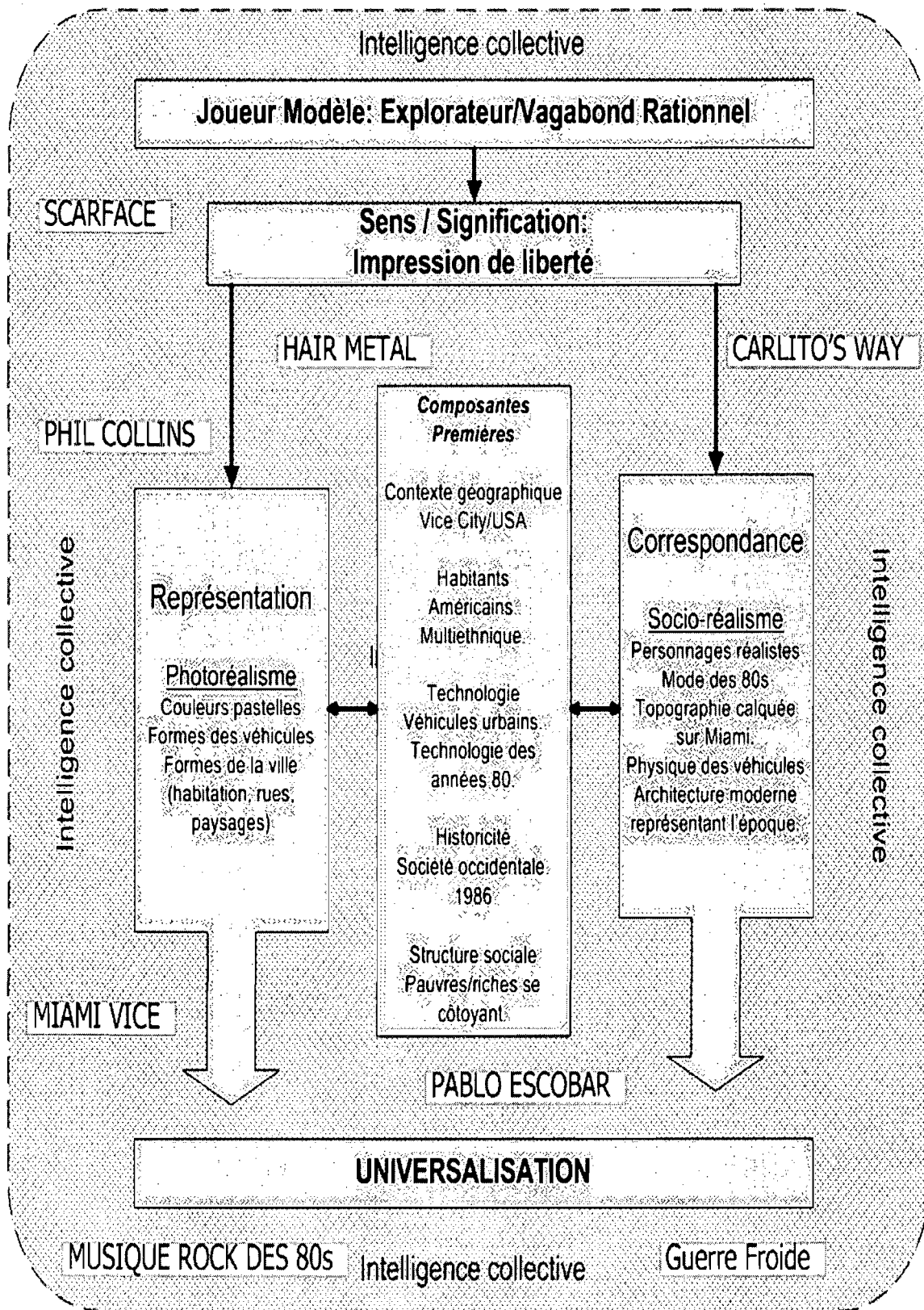


Figure 35: Diagramme de l'universalisation dans *Grand Theft Auto: Vice City*.

Conclusion

D'entrée de jeu, je me posais la question à savoir comment déterminer les composantes récurrentes que l'on pourrait associer à une conception vidéoludique marquante. En établissant les bases de ce qu'était un monde construit et en identifiant ses éléments premiers j'ai dressé un portrait du monde virtuel typique que l'on retrouve dans certains jeux vidéo importants du vingt-et-unième siècle.

J'ai présenté dans ce texte le concept d'universalisation qui serait à la fois un heureux mélange mettant à profit la structure globale d'un monde virtuel, la connaissance du joueur et la résonance inter-médiale d'une œuvre vidéoludique. Grâce à cette analyse, j'espère avoir proposé certains points intéressants d'une méthode dont les concepteurs de jeux pourront tirer profit lors de futures mises en forme ludiques. Quoique l'universalisation soit à mon avis un excellent départ pour stimuler l'impact éventuel d'une œuvre sur l'ensemble de la collectivité des joueurs, elle ne représente pas une formule toute faite, prête à l'emploi. En tant que créateur je devrai poursuivre la recherche pour arriver à pousser cette réflexion plus loin autant dans la méthodologie que dans l'analyse du travail du concepteur de jeux vidéo.

Des enjeux importants comme la création de mondes persistants, la venue du joueur/créateur et la présence accrue du « metagaming »³³ favorisé par l'avènement du jeu en ligne méritent d'être analysés de près dans la poursuite de la réflexion sur un concept comme l'universalisation. Katie Salen affirmait pertinemment dans *Rules of Play* que « Too often, game designers get caught up in the intricacies of design and production, losing sense of the larger social contexts where their game will be played [2004:484] ». Cette réalité, très présente pour les praticiens du design de jeux pourra être relativisée par la mise en application d'une méthode comme celle que j'ai présentée dans ce texte. La prochaine étape, en ce qui me concerne, sera de voir comment, en pratique, les idées approfondies ici peuvent se marier avec les réalités de production de l'industrie du jeu vidéo qui laissent rarement la place à la recherche et l'expérimentation. Heureusement, il aura été possible pour moi de faire cette démarche hors des murs corporatifs qui étouffent malheureusement trop souvent la créativité.

³³ La description du « metagaming » tirée de *Rules of Play* de Katie Salen et Eric Zimmerman :

Metagaming refers to the relationship of a game to elements outside of the game. Garfield's model of the metagame includes four categories: 1-What a player brings to a game 2-What a player takes from a game 3-What happens between games 4-What happens during a game other than the game itself [2004:489].

Bibliographie

- Aarseth, Espen J. 1997. *Cybertext: Perspectives on Ergodic Literature*, The Johns Hopkins University Press, Baltimore.
- Adams, Ernest & Rollins, Andrew. 2003. *On Game Design*, New Riders Publishing, Indianapolis.
- Aumont, Jacques; Bergala, Alain; Marie, Michel & Vernet, Marc. 1983. *L'Esthétique du film*. Éditions Fernand Nathan, Paris.
- Bailey, Ruffin. 2006. "Inviting Subversion: Matalapses and Tmesis in Rockstar Games' Grand Theft Auto Serie" paru dans *The Meaning and Culture of Grand Theft Auto: Critical Essays*, McFarland & Company, Jefferson.
- Bartle, Richard A. 1996. «*Hearts, Clubs, Diamonds, Spades: Players who suit MUDs*». Disponible en ligne au : <http://www.mud.co.uk/richard/hclds.htm> (consulté le 27 décembre 2007).
- Bartle, Richard A. 2003. *Designing Virtual Worlds*, New Riders Publishers, Indianapolis.
- Bateman, Chris & Boon, Richard. 2006. *21st Century Game Design*. Charles River Media, Hingham, Massachusetts.
- Benac, Henri. *Guide des idées littéraires*, 14e édition, . 2002 Hachette, Paris.
- Bogost, Ian & Klainbaum, Dan. 2006. "Experiencing Place in Los Santos and Vice City" paru dans *The Meaning and Culture of Grand Theft Auto: Critical Essays*, McFarland & Company, Jefferson.
- Borland, John. 2006. "*Tomorrow's games, designed by players as they play*". Disponible en ligne au : <http://www.gamespot.com/news/6143653.html>
- Carr, Diane. Buckingham, David. Burn, Andrew & Schott, Gareth. 2007. *Computer Games: Text, Narrative and Play*, Polity Press, Cambridge.
- Chaplin, Heather & Ruby, Aaron. 2005. *Smartbomb*, Algonquin Books of Chapel Hill, New York.
- Coleridge, Samuel Taylor. 1985. *Biographia Literaria or Biographical Sketches of My Literary Life and Opinions*. Princeton University Press, Princetown, USA.

Dunham, Jeremy. 2006. "*Bully Review: The great aim of education is not knowledge, but action*". Disponible en ligne au : <http://ps2.ign.com/articles/739/739134p1.html> (consulté le 27 décembre 2007).

Dunniway, Troy & Novak, Jeannie. 2008. *Gameplay Mechanics*, Delmar Cengage Learning, New York.

Eco, Umberto. 1989. *Lector in fabula. Le rôle du lecteur, ou, La coopération interprétative dans les textes narratifs*, Livre de poche, Paris.

Eco, Umberto. 1965. *L'œuvre ouverte*. Seuil, Paris

Ermi, L., & Mayra, F. 2005. « Fundamental Components of the Gameplay Experience: Analysing Immersion ». Présenté lors de la conférence DIGRA 2005: Changing Views: Worlds in Play, Vancouver, Canada.

Fleming, Jeffrey. 2007. "MMO Magic: Turbine Talks Lord Of The Rings Online". Disponible en ligne au : http://www.gamasutra.com/view/feature/2005/mmo_magic_turbine_talks_lord_of_.php (consulté le 3 janvier 2007).

Fox, Matt. 2006. *The Video Games Guide*. Pan McMillan Publisher Ltd. London.

Galloway, Alexander. 2006. *Gaming Essay on Algorithmic Culture*, University of Minnesota Press, Minneapolis.

Garrelts, Nate. 2006. *The Meaning and Culture of Grand Theft Auto: Critical Essays*, McFarland & Company, Jefferson.

Genette, Gerard. *Nouveaux discours sur le récit*. 1983. Seuil, Paris.

Harrison, Steve & Dourish, Paul. 1996. "Re-Place-Ing Spaces: The Role of Place and Space in Collaborative Systems" paru dans *Computer Supported Cooperative Work*. Cambridge: ASM.

Higgin, Taner. 2006. "Play-Fighting: Understanding Violence in Grand Theft Auto 3", article paru dans *The Meaning and Culture of Grand Theft Auto: Critical Essays*, McFarland & Company, Jefferson.

IGNPS2. 2003. "*Best of 2002: Best Game of the Year*". Disponible en ligne au : <http://ps2.ign.com/articles/383/383150p1.html>. (consulté le 27 décembre 2007).

Jenkins, Henry. 2006. *Convergence Culture: Where old and new media collide*, New York University Press, New York.

Jenkins, Henry. 2006. *Fans, Bloggers and Gamers: Exploring participatory culture*, New York University Press, New York.

Johnson, Steven. 2005. *Everything bad is good for you*. Riverhead Books, New York.

Kutner, Laurence & Olson, Cheryl. 2008. *Grand Theft Childhood*, Simon and Shuster, New York.

Leigh McGregor, Georgia. 2007. "Situations of Play: Patterns of Spatial Use in Videogames" paru dans *Situated Play, Proceedings of DiGRA 2007 Conference*, © 2007 Authors & Digital Games Research Association (DiGRA).

Levy, Pierre. 1994. *L'intelligence Collective: Pour une anthropologie du cyberspace*, La Découverte, Paris.

Maillet, Steven. 2006. "An exploration of adolescents' perceptions of videogame realism", *Learning, Media and Technologies* 31, p. 377-94. Routledge

McLean-Foreman, John. 2001. "An interview with Will Wright". Disponible en ligne au : http://www.gamasutra.com/features/20010501/wright_01.htm (consulté le 2 janvier 2008).

Moriarty, Brian. 1997. "Listen! The Potential Of Shared Hallucinations". Lecture dans le cadre du *Games for the Next Millennium Conference* à Redwood City en Californie le 5 février 1997. Le contenu de la lecture est disponible en ligne au : <http://ludix.com/moriarty/listen.html> (consulté le 17 mai 2008).

Mulligan, Jessica & Patrovsky, Bridgette. 2003. *Developing Online Games*. New Riders Publishing, Indianapolis.

Murray, Janet. 1997. *Hamlet on the Holodeck*.

Nalebuff, Barry & Brandenburger, Adam. 1996. *Co-Opetition : A Revolution Mindset That Combines Competition and Cooperation : The Game Theory Strategy That's Changing the Game of Business*, Doubleday Business, NY.

Nunez, David & Blake, Edwin. 2003. *Conceptual Priming as a Determinant of Presence in a Virtual Environment*. Rondebosh: University of Cape Town.

Ochalla, Bryan. 2006. "Boy On Boy Action - Is Gay Content On the Rise?" p. 2. Disponible en ligne au : http://www.gamasutra.com/features/20061208/ochalla_01.shtml (consulté le 27 décembre 2007).

Odin, Roger. 2001. *De la fiction*, De Boeck Université, Bruxelles.

Organisation of Economic Co-operation and Development. 2006. *Participative Web: User Creative Content*. Disponible en ligne au : <http://www.oecd.org/dataoecd/57/14/38393115.pdf> (consulté le 27 décembre 2007).

Perry, Douglass. 2002. "Grand Theft Auto: Vice City". Disponible en ligne au : <http://ps2.ign.com/articles/370/370827p3.html>. (consulté le 27 décembre 2007).

Perry, Douglass. 2002. "Introducing Tommy Vercetti". Disponible en ligne au : <http://ps2.ign.com/articles/371/371301p1.html>. (consulté le 27 décembre 2007).

Salen, Katie & Zimmerman, Eric. 2004. *Rules of Play. Game Design Fundamentals*, MIT Press, Cambridge.

Tuan, Yi-Fu. 1990. *Topophilia: A Study of Environmental Perception, Attitudes, and Values*. New York: Columbia UP.

Wark, Mckenzie. 2007. *Gamer Theory*, Harvard University Press, Cambridge, Massachusetts.

Weise, Matthew. 2007. "The Future of Sandbox Gaming". Disponible en ligne au : <http://www.henryjenkins.org/2007/12/gambit.html>.

Ludographie

Tous les jeux sont cités avec, dans l'ordre et si applicable, leur concepteur, l'équipe de développement, et l'éditeur.

America's Army: Rise of a Soldier (Secret Level / U.S. Army, 2005)

Bully (Rockstar, 2006)

Battlefield 1942 (Digital Illusions CE, 2002)

Call of Duty (Activision, 2003)

Conker Bad Fur Day (Rare, 2001)

Fable (Lionhead Studios, 2005)

Grand Theft Auto: Vice City (Rockstar North, 2002)

Grand Theft Auto: Vice City Stories (Rockstar North, 2006)

Halo: Combat Evolved (Bungie Studios/Microsoft Game Studios, 2001)

Leisure Suit Larry 6: Shape Up or Slip Out! (Erbe Software, S.A.)

Leisure Suit Larry: Magna Cum Laude (Vivendi Universal Games, Inc.)

Lord of the Ring Online : The Shadows of Angmar (Turbine, 2007)

Mario Bros. (Nintendo, 1983)

Max Payne (Remedy Entertainment/Gathering of Developers, 2001)

Missile Command (Atari, 1980)

Second Life (Linden Lab, 2003)

Sims Online (Maxis, Electronic Arts, 2000)

SOCOM: US Navy Seals (Zipper Interactive, Sony, 2002)

Super Mario 64 (Nintendo, 1996)

The Legend of Zelda: Ocarina of Time (Nintendo, 1998)

The Sims (Maxis, Electronic Arts, 2000)

World of Warcraft (Blizzard Entertainment, 2004)

Webographie

GameSpot: www.gamespot.com

IGN: www.ign.com

GTA Online: www.gtaonline.fr

GTA Web gallerie: <http://www.gtawebgalerie.net/phpBB2/portal.php>

GTA Garage: www.gtagarage.com

Filmographie

Scarface (Brian DePalma, 1983)

Carlito's Way (Brian DePalma, 1992)

The Matrix (Andy & Larry Washowski, 1999)

Miami Vice (Michael Mann, 2006)