



**HAL**  
open science

## L'art de faire œuvre en jeu vidéo

Nathalie Provenzano-Martinez

► **To cite this version:**

Nathalie Provenzano-Martinez. L'art de faire œuvre en jeu vidéo : Les enjeux des représentations de genre- version finale. ART et JEU / JEU et ART, RIRRA 21 et LARA-SEPPIA, Nov 2016, Montpellier, France. 10.21409/HAL-01643074 . hal-01643074v2

**HAL Id: hal-01643074**

**<https://hal.science/hal-01643074v2>**

Submitted on 3 Dec 2017

**HAL** is a multi-disciplinary open access archive for the deposit and dissemination of scientific research documents, whether they are published or not. The documents may come from teaching and research institutions in France or abroad, or from public or private research centers.

L'archive ouverte pluridisciplinaire **HAL**, est destinée au dépôt et à la diffusion de documents scientifiques de niveau recherche, publiés ou non, émanant des établissements d'enseignement et de recherche français ou étrangers, des laboratoires publics ou privés.

Actes du Colloque ART et JEU / JEU et ART  
Colloque scientifique organisé  
par le laboratoire RIRRA21  
de l'Université Paul-Valéry Montpellier 3  
Semaine du jeu vidéo Montpellier  
Vendredi 18 novembre 2016

## L'art de faire œuvre en jeu vidéo

### *Les enjeux des représentations de genre*

**Nathalie PROVENZANO-MARTINEZ**

*Laboratoire RIRRA 21, Université Paul-Valéry Montpellier III  
Route de Mende  
[nathalieprovenzano@gmail.com](mailto:nathalieprovenzano@gmail.com)*

#### < RESUME >

Dans son rôle de miroir sociétal, le jeu vidéo tend à nous éclairer sur la société contemporaine au travers de ses multiples aspects dont la conception de personnages virtuels reposant parfois sur une vision fantasmée de leur créateur. Les stéréotypes de genre massivement diffusés par les images médiatiques et vidéoludiques sont le reflet de problématiques dissonantes issues de notre société. Elles traduisent les exigences du corps social qui viennent influencer le rapport au corps de l'individu directement en lien avec la question de l'identité. Il convient donc d'examiner ces représentations reliées à l'esprit du temps postmoderne, en vue de dévoiler ce que leurs formes expriment dans le fond et d'étudier les enjeux culturels et civilisationnels.

#### < ABSTRACT >

Video games are a societal mirror, which sheds light on contemporary society through its many aspects, such as the design of virtual characters that sometimes reveals a fantasized vision of their creator. Massively disseminated by the media, gender stereotypes reflect dissonant problematic issues of our postmodern society. They reflect the requirements of our society that influence our relationship with our bodies directly linked to the question of identity. It is therefore necessary to examine these representations in connection with the spirit of postmodern times, in order to reveal what their forms express in terms of content in order to study the cultural and civilizational stakes.

< **MOTS-CLES** >

jeu vidéo, stéréotypes, genre, représentations, identité, parodie, caricature

< **KEYWORDS** >

video games, stereotypes, gender, representations, identity, parody, caricature

---

## **1. Introduction**

Objet de controverses régulières dans ce qu'il donne à voir et à jouer, le jeu vidéo est un médium qui occupe aujourd'hui une place majeure de l'espace médiatique. Par sa force de persuasion, l'image a ce pouvoir d'instruire et de raviver les mémoires de ceux qui ont la connaissance. L'image peut avoir des effets cognitifs mais également susciter les émotions d'une personne, c'est à dire toucher à l'intime. Objet culturel de masse et miroir sociétal, le jeu vidéo participe de cette sollicitation par la diffusion de représentations normatives qui invitent à considérer le corps humain comme s'il était une simple marchandise. Selon Léonard de Vinci qui la compare à la poésie, l'image serait plus directe et permettrait au regard de saisir en un instant ce que les mots mettraient un temps infini à restituer. Pour ces raisons, l'image est souvent utilisée à des fins d'instrumentalisation de l'individu. Elle l'invite à chaque instant à se conformer aux diktats normatifs que la société postmoderne lui impose. L'image opère telle une injonction valorisante à la performance et à la perfection du corps humain, diktats auxquels hommes et femmes semblent choisir de se soumettre dans un souci d'acceptation sociétale.

La présente communication a donc pour objectif d'exposer la transformation à l'œuvre entre le phénomène d'imprégnation culturelle et sociale des systèmes de représentations et l'élaboration d'un jeu vidéo critique, à vocation émancipatrice, comme pratique artistique. Il a pour thématique l'influence des représentations et des diktats normatifs de genre sur la construction de l'identité du joueur. Pour traiter de l'influence des images médiatiques et de leurs représentations, j'ai choisi de construire une œuvre contre-utopique où le corps de l'individu y tient une place centrale en raison d'un fondamentalisme publicitaire séduisant et aliénant sur fond de système totalitaire anthropophage (Arendt, 1972) où les corps sont fragmentés et consommés sans modération par ce

même système qu'ils alimentent. En tant que femme postmoderne, chercheur, joueuse et créatrice d'univers vidéoludiques, mon intention est d'observer les représentations de genre qui nous sont données à voir afin de comprendre ce qui opère au sein de la société comme au sein du jeu vidéo.

Cette démarche permet de mesurer ce qui se joue en réalité afin de pouvoir proposer de nouvelles expériences, qui puissent sensibiliser le joueur sur les enjeux de telles représentations.

Étape fondamentale de mon œuvre, la création de l'apparence, de la psychologie et des différents rôles de mes personnages soulève la question des stéréotypes. Cette étape exige la prudence et la réflexion. Il convient d'adopter un parti-pris qu'il faudra assumer. Cette première question posée, je dois délimiter un cadre iconographique et théorique permettant d'examiner différents types de représentations diffusées au travers d'images médiatiques et artistiques, dont le jeu vidéo et la publicité. L'observation des archétypes et des stéréotypes dominants me permet de déterminer un corpus théoriques en lien avec le thème des représentations, et de définir la problématique suivante : « Quelles sont les perspectives d'avenir des représentations au sein de la société comme au sein du jeu vidéo et comment proposer au joueur une représentation qui puisse amener une prise de conscience, sans tomber dans les diktats normatifs qui nous imprègnent quotidiennement ? ».

Je décide donc de rechercher les formes iconiques sous lesquels apparaissent les représentations sexuées afin de les identifier et de comprendre comment elles font œuvre au sein du jeu vidéo comme au sein de la société.

## **2. Méthodologie de recherche**

Pour présider à la réalisation de mon œuvre, je fais appel à la méthode poïétique ; l'analyse sociocritique (Cros, 2003) permet de démasquer les idéologies dominantes, selon le concept de totalité (Lukács, 1974). Cela me permet de dresser l'historicité du corps indispensable à la compréhension de son évolution, mais également de situer le rapport au

corps de l'individu en permettant de l'étendre à l'ensemble des individus d'une même société. En tant que femme post-moderne qui vit dans l'instant présent, il convient de mesurer la manière dont les corps peuvent être marqués par l'histoire. Or, j'observe que le rapport au corps de l'individu s'inscrit dans un façonnage historique qui nous dépasse. La lecture d'autres travaux de recherches traitant du corps, notamment en psychologie sociale et de nouvelles lectures spécialisées tels que les *Game Studies*, m'ont permis de saisir l'importance des concepts théoriques dans l'articulation d'une recherche et l'importance fondamentale de leur restitution.

Le champ bibliographique me permet de poser un regard nouveau sur la société actuelle, ce monde sans cesse en mouvement dans lequel j'évolue. Le corpus se construit dans un va-et-vient incessant entre mes choix de création et mes lectures. J'observe qu'il est fondamental de se recentrer régulièrement, la démarche créative fonctionnant sur le mode de la pulsion freudienne dans l'air du temps. Fort heureusement, le champ théorique vient palier à ces vicissitudes en permettant de poser des choix et de définir un cadre de recherche.

### **3. Cadre iconographique**

#### ***3.1 Les images du jeu vidéo***

Comme dans toute production, les images du jeu vidéo sont le résultat d'une vision de l'artiste. Cette vision se construit selon les codes et valeurs qui traversent tout créatif. L'auteur qui crée de manière totalement autonome relève du mythe car, comme tout un chacun, il fait partie d'un groupe social et restitue dans ses œuvres les idées et codes de ce groupe auquel il appartient. Il participe donc à la construction des inconscients individuels et collectifs, et contribue à reproduire ce dont il s'imprègne culturellement. L'artiste façonne ainsi *ipso facto* nos modes de pensées au travers de ses œuvres. Lorsqu'on observe les différents médias en place, on peut relever la manière dont l'omniprésence de certains stéréotypes sexistes participe de l'élaboration d'un inconscient collectif qui restitue, tel un miroir sociétal, les idéologies et valeurs

dominantes de manière séduisante et illusoire. Le jeu vidéo n'échappe donc pas à cette tendance.

Examinons de quelle manière les créateurs contemporains restituent les inconscients culturels, notamment avec *Grand Theft Auto V* et *Tomb Raider*, deux des œuvres les plus controversées du paysage vidéoludique, en termes de stéréotypes. Nous ne traiterons pas ici le cliché de la demoiselle en détresse omniprésent au sein de l'industrie du jeu vidéo et largement exposé par les images des masses médias.

Il est néanmoins fondamental de ne pas omettre la manière dont il imprègne les inconscients culturels, et dont ceux-ci en restituent les codes et diktats normatifs dans le cadre de créations artistiques séculaires.

### **3.1.1. GTA V, un jeu critique non émancipateur**

Vendu à plus de 65 millions d'exemplaires<sup>1</sup> depuis sa sortie en 2013, *GTA V* demeure une œuvre majeure du paysage vidéoludique, destiné exclusivement à un public de plus de dix-huit ans, c'est à dire à des adultes. Comment justifier un tel phénomène ?

*Grand Theft Auto V*,<sup>2</sup> qui peut être traduit par « le vol de voiture » ou encore « le braquage », est un jeu construit sur le modèle de la transgression des limites, dont Dan Houser est le producteur et le directeur artistique. En tant que créatif, ses valeurs sont celles d'une adolescence de la période thatcheriste des années 1980, sur fond de « *No futur* », célèbre slogan du mouvement Punk de l'époque. Le jeu propose au joueur d'incarner un avatar polymorphe, c'est à dire trois figures masculines hétérogènes qu'il pourra manipuler successivement dans le jeu. Ces modèles, aux physiques et à la psychologie hétéronormés, ont des profils sociaux inspirés d'une Amérique postmoderne en déséquilibre. Le jeu propose au joueur une expérience où il va pouvoir effectuer des actes immoraux, virtuellement sans conséquences dans un monde où les personnages sont déshumanisés. Une des premières

---

1. Rapport annuel Two Take Interactive :

<http://ir.take2games.com/phoenix.zhtml?c=86428&p=irol-reportsannual>

2. *GTA V*, Rockstar, 2013

missions du jeu consiste à faire exploser un personnage hybride à mi-chemin entre le fondateur de *Facebook*, Mark Zuckerberg et Steve Jobs, membre fondateur de *Apple*, lors d'une *keynote*<sup>3</sup> sur son réseau social *Life Invader*.<sup>4</sup> La figure de l'hypercapitalisme néolibérale doit présenter un tout nouveau produit : un téléphone. L'évènement est retransmis en direct par les médias. Le joueur doit remplacer le téléphone par un modèle explosif et savourer l'évènement tragique en direct, devant sa télévision.

Le joueur sera récompensé pour cela. Il va ainsi pouvoir désinhiber ses pulsions au sein du jeu, en ayant la possibilité de ranger son surmoi freudien dans un tiroir (Freud, 2010). Les discours des personnages sont linéaires, monotones, sans réelle profondeur.

Esthétiquement, le jeu est hyperréaliste et séduisant. Il emprunte les codes du cinéma et de la machine hollywoodienne. Il sert les intérêts du système capitaliste néolibéral qu'il cherche à dénoncer, notamment par des dispositifs publicitaires sans équivoques, mais également par les valeurs mercantiles, les codes narcissiques (Lash, Michéa, 2012) et pornographiques de la postmodernité. Il s'attache à soigneusement les diffuser au travers d'un « *male gaze* » omniprésent (Hein, 2016), c'est à dire du regard d'un homme blanc hétérosexuel qui érotise la chose regardée, ce qui corrobore le propos de Henry Jenkins selon lequel « le jeu vidéo est fait par l'homme blanc, pour l'homme blanc » (Jenkins, 2000). Le *gameplay* est répétitif et banalise la violence. Les valeurs de travail et d'honnêteté ne sont pas présentes.

Dans *GTA V*, le joueur peut devenir riche en étant déviant, c'est à dire en ayant des comportements asociaux. Les défaillances du corps-social américain sont ici mises en jeu pour que le joueur puisse interagir par des comportements qui vont au-delà de l'agression. L'hypermasculinité prend la forme d'une violence exacerbée au service du pouvoir de héros sociopathes que rien ne peut arrêter, dans une stratégie d'imposture du joueur qui adopte les codes, valeurs, et rôles sociaux assignés par le jeu, au moins le temps de l'expérience, le temps d'incorporer à son tour le

---

3. Evènement promotionnel d'annonce de sortie de nouveaux produits Apple.

4. *Life invader* : peut être traduit par « envahisseur de vie » ou « intrus »

« *male gaze* ». La spéculation financière et immobilière est également omniprésente dans le jeu et accessible au joueur.

Les personnages féminins du jeu, non jouables, sont majoritairement des prostituées tenues à la disposition des pulsions du joueur qui peut en disposer à sa guise. Il existe également un mode *on-line*<sup>5</sup> permettant au joueur d'incarner un personnage féminin. Une fois de plus, le joueur va pouvoir transgresser les limites en manipulant un avatar qui peut évoluer dans le plus simple appareil, soumis au « *male gaze* ». La dimension critique de *GTA V*, dans ce que le jeu véhicule en terme de codes et de représentations, semble davantage s'inscrire dans le sexisme et la pulsion primaire que dans une quelconque forme d'émancipation du joueur.

---

5. Mode de jeu en ligne qui permet de partager l'expérience avec d'autres joueurs.



### 3.1.2 *Tomb Raider, un jeu qui trouble les genres*

Le jeu vidéo *Tomb Raider*<sup>6</sup> met en scène une héroïne, *Lara Croft*, qui semble être une vision fantasmée de son créateur Toby Gard, car cette «*Indiana Jones*» au féminin est née de l'imaginaire de cet homme. Socialement, elle est comtesse, belle, riche, intelligente, sexy, courageuse, combative et représente un idéal peu commun, voire inatteignable. Mais *Lara Croft*, personnage emblématique de la série, n'en finit pas d'être remodelée pour lisser les apparences, notamment depuis l'épisode de 2013. Elle doit désormais composer avec une identité en pleine mutation et une plastique gommée. Elle doit finalement accepter de subir son sort vidéoludique pour survivre, par métamorphoses successives, face à l'émergence permanente de la figure du masculin militarisé en pleine recrudescence, qui ne cesse de se renouveler et de gagner du terrain. En intégrant un personnage féminin, jeune, sexy, agile, Toby Gard souhaite mettre en avant une personnalité séduisante «*douée d'un passé et de vrais sentiments*», à laquelle chacun puisse s'identifier. L'univers du jeu est «*proche du scénario et des décors d'Indiana Jones : l'Égypte, la Grèce, l'Atlantide sont les destinations privilégiées de l'héroïne. L'utilisation du plan-séquence, les décors réalistes, les cinématiques, en font un jeu à l'univers captivant.*»<sup>7</sup>

Outre le potentiel de séduction du jeu et de son héroïne, la stratégie commerciale agressive et efficace semble avoir été soigneusement organisée. Helen W. Kennedy, spécialiste américaine des études sur le jeu vidéo, évoque également un lien étroit entre les œuvres cinématographiques d'*Indiana Jones*, et la manière dont «*Tomb Raider*» pille les films d'*Indiana Jones* par sa structure narrative et ses arrangements<sup>8</sup>, ce qui semble s'apparenter au mode de récupération emprunté au «*kitsch*» (Arrault, 2010). On assiste au formatage du spectateur/joueur, mais aussi à la manière dont l'industrie du jeu vidéo restitue des codes éprouvés, comme s'il s'agissait d'une simple recette

---

6. Saga *Tomb Raider*, Eidos Interactive, 1996 - 2013

7. M. Balzerani, *Et le jeu vidéo créa la femme - Lara Croft, une héroïne postmoderne*, *The Game / Le jeu*, n° 7, p 1.

8. H. W. Kennedy, *Lara Croft : icône féministe ou Cyberbimbo ?* Limites d'analyse textuelle, *Game Studies, the international journal of computer game research*, vol. 2, issue 2, décembre 2002

garantissant le succès du jeu. Ainsi, les images du jeu vidéo se déploient suivant une vision masculine hégémonique sexiste qui semble vouloir perpétuer les codes et diktats normatifs ancestraux éprouvés. Cette vision favorise une représentation de la femme qui la place en position d'objet. Bien plus qu'une représentation de la femme ou qu'ambassadrice du groupe féminin au sein des jeux vidéo, *Lara Croft* semble surtout être l'objet de convoitise, de fantasmatisation et de maltraitance dans le jeu *Tomb Raider*<sup>9</sup> comme aux travers de machinimas pornographiques<sup>10</sup> dans l'esprit du temps, lesquels organisent l'enlèvement et le viol de *Lara Croft*. Il existe également un montage vidéo concentrant les scènes de violences à l'encontre de l'héroïne du jeu *Tomb Raider*<sup>11</sup>. Ces différentes réalisations sont massivement diffusées et immédiatement accessibles via les plateformes numériques.

Lara est le sujet de polémiques incessantes qui sèment le trouble tout autant que ses courbes, aussi bien chez un public féminin que masculin. Selon Kennedy, il semble que la relation joueur/Lara soit plus complexe qu'on ne l'imagine. Ainsi, dans le processus mis en place par l'industrie, je détermine une première phase visuelle de séduction où le marketing publicitaire agressif vient marteler le marché d'images séduisantes, selon un concept de simultanéité (Saïd, 2015). Ces images diffusent des valeurs esthétiques concurrentielles capitalisables par les entreprises qui prônent un idéal par injection « de la beauté en place de la laideur » et permettent « d'y gagner par dessus le marché de la reconnaissance et de l'argent » (Bernays, 2007).

La seconde phase, de sensibilisation, doit permettre au joueur d'associer ces valeurs « à des valeurs qu'il reconnaît et apprécie »<sup>12</sup>, c'est à dire comme étant porteuses de sens. Ceci explique la manière dont *Lara Croft*, « icône du Girl Power » des années 90, a marqué les esprits auprès d'un public qui n'avait jamais joué à *Tomb Raider* mais qui, selon

---

<sup>9</sup> *Tomb Raider*, Square Enix, Crystal Dynamics, 2013

<sup>10</sup> [https://www.xvideos.com/video27688433/lara\\_croft\\_in\\_trouble\\_3d\\_hentai\\_720p](https://www.xvideos.com/video27688433/lara_croft_in_trouble_3d_hentai_720p)

<sup>11</sup> *Tomb Raider All Death Scenes Compilation*, 2013, <https://www.youtube.com/watch?v=9qfDiULrnl>

<sup>12</sup> H. W. Kennedy, *Lara Croft : icône féministe ou Cyberbimbo ?* Limites d'analyse textuelle, *Game Studies*, the international journal of computer game research, vol. 2, issue 2, décembre 2002

Kennedy, « ne pouvait s'empêcher d'être sensible au personnage de Lara ».

La troisième phase, celle de l'expérimentation, permet au joueur de découvrir l'univers virtuel et d'interagir dans le monde par manipulation de l'avatar Lara. Cette phase, où finalement l'expérience prend corps, montre la dissonance entre la féminité hyperbolique de Lara et le monde où elle évolue que Kennedy qualifie de « monde traditionnellement masculin ». Or, le rôle de Lara n'est pas en lien avec le cliché habituel de la demoiselle en détresse. Lara transgresse les règles ancestrales et convoque l'imaginaire sexuel individuel et collectif, tel un objet de fétichisme.

J'établie une analogie entre le « schéma de l'objet chosal » de Lukács et l'argument de Laura Mulvey selon lequel le cinéma hollywoodien présenterait des héros et héroïnes en utilisant des mécanismes et des codes dont l'impact sur les spectateurs servirait les plaisirs fétichistes et scopophiles, c'est à dire « le plaisir de regarder une autre personne comme un objet érotique » (Hein, 2006). Le corps féminin semble opérer comme un objet érotisé par le regard masculin dont le narcissisme tend également à l'identification du spectateur avec le protagoniste masculin.

*Lara Croft* pourrait donc être perçue comme un objet du désir et probablement comme un objet de la frustration.

Kennedy compare l'univers masculin dans lequel Lara évolue, qualifié d'« espaces internes » du monde vidéoludique, avec le corps humain en tant qu'espace utopique. L'auteur met en évidence l'analogie entre les espaces hostiles traversés par Lara dans sa quête et la menace que pourrait représenter ce corps féminin amputé de toute masculinité, hormis ses armes à feu, symboles de la puissance et du contrôle masculin. Par conséquent, dans le jeu *Tomb Raider* le joueur semble incarner une héroïne sexy dont la survie dépend essentiellement de la puissance de son arme à feu, symbole phallique, ce qui pourrait ressembler à un troisième genre et mettre en évidence une instabilité masculine. Ainsi, je détermine le binôme joueur/Lara comme porteur de la notion d'hybridation des genres par incorporation du personnage féminin de Lara par le joueur masculin, via un état archaïque d'expression par la

maitrise et le contrôle du corps féminin, comme objet de plaisir masculin. Les représentations féminines actuelles du jeu vidéo pourraient vouloir perpétrer les codes de la représentation masculine d'hyperpuissance et d'invulnérabilité applicables à l'homme et largement diffusés via les masses médias.

### ***3.2 L'image publicitaire source de diffusion des stéréotypes***

Bien que présents dans les multiples images des masses médias, ces codes semblent trouver leur source dans la publicité. L'utilisation d'images publicitaires n'est pas anodine. Ce système de diffusion nous est imposé de manière séduisante, c'est à dire en mettant l'individu en confiance face à un idéal de beauté illusoire. Il est donc important de se pencher sur l'attention portée aux stéréotypes, car ils sont la restitution de l'imprégnation des inconscients culturels collectifs.

Ces modèles de représentation créent un déséquilibre par la coexistence de différentes sources de diffusion alimentées par les images publicitaires.

Au delà de sa fonction commerciale qui consiste à promouvoir pour mieux vendre un produit, la publicité doit en premier lieu diffuser la marque au plus grand nombre, par l'identité visuelle, le discours, la représentation, en vue de permettre l'identification du consommateur. A l'instar du jeu vidéo et des autres médias, la publicité joue donc un rôle évident de miroir sociétal et, à ce titre, détient une responsabilité d'ordre sociale capitale. Elle évolue avec son temps et les moyens dont elle dispose à une époque donnée. La publicité sait s'adapter et se réinventer pour saisir les tendances dans l'air du temps. Elle doit être pertinente, performante à l'image de la société, mais surtout compétitive en vue d'atteindre les différentes cibles privilégiées. La publicité et en recherche constante d'évolution en vue d'accéder au consommateur potentiel que chacun de nous peut représenter. Pour conduire le consommateur à l'achat « [...] la publicité présente au consommateur, à des fins d'identification, une image de lui-même conforme à ses attentes ; celles-ci étant fonction de l'environnement socioculturel et par là même normatives, elle doit, en première analyse, s'y conformer. » (Cadet, Cathelat, 1968)

Le rôle de la publicité semble donc transcender sa destination initiale. Au-delà de l'acte d'achat qu'elle suscite, elle semble davantage prendre la forme d'un outil de propagande à l'idéologie néolibérale, au service d'une vérité consensuelle, celle des représentations corporelles normatives qu'elle donne à voir via ses images. Pour Bernays, l'utilisation de valeur et codes qui touchent à l'émotionnel favorise l'accès à l'irrationnel, c'est à dire à l'inconscient. C'est de cette manière que la publicité cherche à nous atteindre et finalement y parvient. Pour lui, la psychologie de foule est différente de la psychologie individuelle : une masse ne pense pas rationnellement. C'est donc à la « minorité intelligente » de façonner le destin de la masse, selon le principe de « *public relation* » qui tend à devenir un modèle institutionnel. Dès lors, peut-on considérer la publicité comme instrument normatif de l'institution sociale ?

C'est par l'intermédiaire des différents supports publicitaires que les marques se développent et vont commencer à pouvoir raconter leur « petite histoire » indispensable au développement de leur image (Lewi, 1998). Les premières agences publicitaires américaines émergent, puis les agences françaises, avec notamment l'agence mondiale HAVAS.<sup>13</sup>

Chaque époque voit les supports publicitaires évoluer avec le système capitaliste. Les techno sciences viennent apporter leur pierre à l'édifice publicitaire, en proposant des systèmes de plus en plus ingénieux et de plus en plus intrusifs, auxquels le jeu vidéo n'échappe pas. Ces dispositifs envahissent l'espace médiatique et ne laissent aucun répit à l'individu postmoderne. Ils viennent fortifier une industrie néolibérale hypermercantile. Quels sont les effets de tels dispositifs sur les identités individuelles et collectives ?

### 3. Cadre théorique

Différents concepts théoriques relevant des champs de la psychologie, de la philosophie, de la sociologie et de l'anthropologie, ont permis d'éclairer la présente recherche épistémologique. Le concept de

---

13. Bien qu'existant depuis le milieu du XIXe siècle, l'agence HAVAS a su évoluer et s'adapter aux différentes époques. Elle existe encore aujourd'hui.

postmodernité préside éminemment à mon objet. Il permet notamment d'observer et de comprendre de quelle manière les « grands récits » (Lyotard, 1979) ou « métarécits » (Arrault, 2010), perdent en crédibilité et comment le désenchantement se traduit au sein du système des représentations. J'ai ainsi pu étudier, au travers du prisme des images, les stéréotypes qui nous sont proposés, à mettre en lien avec un contexte social de crises politique, économique, environnementale, institutionnelle, identitaire, et notamment de crise du corps humain qui est le lieu d'un commerce sans scrupule.

Le concept de réification m'a permis d'observer la manière dont le corps est l'objet d'une marchandisation incessante organisée par les sociétés capitalistes néolibérales qui finalement instrumentalisent les individus selon des enjeux mercantiles. Ces sociétés apposent des marques sur les corps dont la valeur est déterminée par une économie de marché. Ce phénomène opère selon le « schéma de l'objet chosal » (Lukàcs, 1974) comme étant une « seconde nature », c'est à dire une disposition naturelle de l'individu consistant à percevoir autrui en tant qu'objet et non en tant que sujet.

Ce phénomène fait émerger le concept de corps marchand. Il traite de la marchandisation du corps qui opère au travers d'un façonnage systématique par le pouvoir dominant de l'argent. Ce pouvoir est lié à l'industrialisation et son principe de sérialité consistant à produire des marchandises en série, c'est à dire à la chaîne comme le film *Les temps modernes* de Charlie Chaplin le donne à voir. Ce façonnage opère par la contrainte du corps due aux conditions de travail. Michel Foucault évoque le « biopouvoir » qui permet de contrôler l'insertion des corps dans l'appareil de production sociale et d'ajuster ce phénomène de population aux processus économique au moyen du contrôle de la sexualité (Foucault, 1994).

La notion d'identité permet de distinguer les enjeux des représentations sur les identités individuelles et collectives au moyen du processus d'identification qui opère de manière inconsciente chez les individus. Sigmund Freud évoque la « consommation de l'autre » dont l'expression première se fonde sur l'affect là où pour Stuart Hall, l'autre pris pour modèle serait l'objet de fantasme, de projection, d'idéalisation,

sans qu'il ne soit ici question d'affect (Hall, 2008). Selon lui, l'approche discursive considère l'identification comme une construction qui n'est jamais achevée, mais plutôt toujours « en cours ». Fondatrice de l'identité, l'image corporelle intervient également dans ce processus au travers des éléments constitutifs de l'expérience de vie qui la compose. Elle est propre à chaque individu et lui permet d'évaluer son corps par phénomène de comparaison.

Le narcissisme (Lash, 2008), l'imitation (Tarde, 2015) et l'imposture (Gori, 2015) viennent éminemment éclairer la stratégie d'adaptation que les individus sont contraints d'adopter pour répondre à l'injonction normative sociétale, ce que Roland Gori appelle « la commande ». Il s'agit d'un phénomène qui transcende les apparences et pourrait s'apparenter à une forme de recherche de liberté consistant à ne jamais réellement se livrer. Entre autres sciences humaines, la socio-psychologie qui conçoit la société à l'image d'une personne, dans une vision en entonnoir (macro/micro), permet à l'univers de mon œuvre de prendre forme par l'objet jeu vidéo qui opère tel un miroir sociétal.

L'intérêt est d'amener le joueur à une meilleure compréhension du monde dans lequel il évolue. Je souhaite l'éclairer quant à l'existence d'un corps social malade en souffrance, néanmoins maintenu dans un état de survie (Vigarello, 2006). La publicité séduisante y est omniprésente et accorde pour seule faveur la distribution d'images d'un monde illusoire dont les enjeux ne semblent être que mercantiles. Ces images jouent un rôle antagoniste majeure dans l'expérience de jeu.

L'examen de mon œuvre permet d'observer la manière dont mon inconscient d'artiste participe de son élaboration, au travers d'éléments d'imprégnation, c'est à dire des impensés incorporés. A l'image de la publicité et d'autres médias de propagande, le jeu vidéo participe de la diffusion des stéréotypes qui façonnent les inconscients. En tant que sujet culturel, cette restitution opère au travers de mon imaginaire culturel. J'intègre ces différents concepts au sein de l'œuvre *Præsidium*. Le jeu doit permettre au joueur d'observer une société virtuelle en apparence inconcevable dans la réalité. L'individu objet de spéculation est réduit à l'état de matière première, c'est à dire de la viande, selon le principe du

grand marché de la monnaie humaine qui fixe le cours du prix des individus avec cette règle d'or : ne jamais leur accorder la moindre valeur.

### **Enjeux esthétiques**

La socio psychologie a permis de situer l'existence du malade corps-social que j'ai pu transposer dans mon jeu sous la forme d'un monde représenté par un cube ouvert. A l'image du corps fragmenté de l'individu postmoderne façonné, l'univers est cubique et constitué de pixels en 3D, c'est à dire des *voxels*. Conformément au principe kitsch de récupération et de recomposition dans l'air du temps (Arrault, 2010), j'ai souhaité déterminer la figure stylistique de l'oxymore comme fondement de mon œuvre. L'oxymore prend ici la forme d'un clair-obscur. Il s'agit d'un élément symbolique constitutif de l'espace et du temps qui rythme le jeu selon deux périodes : le temps du soleil noir, dès l'aube, et le temps de l'obscur clarté, dès le crépuscule. Je trouve cette inspiration dans l'œuvre allégorique de Francisco de Goya, *Saturne dévorant l'un de ses fils* (1820-1823). L'œuvre me semble présenter l'intérêt d'illustrer les paradoxes et les contradictions d'une société en état de crise. La transposition de la figure du monstre dans le jeu vidéo vient alors se superposer à ma réflexion et se fondre avec notre monde contemporain. L'œuvre de Goya symbolise le désespoir d'une humanité anthropophage attachée à un pouvoir sacrificiel selon une vision héritée de l'Antiquité, celle du mythe de Kronos déjà illustré à la Renaissance par Rubens (1636).

Ce modèle de représentation - du monstre qui fascine les masses - perdure au sein de créations littéraires, cinématographiques ou vidéoludiques, à travers la figure du zombie ou du vampire narcissique. Il y a analogie avec l'individu contemporain anthropophage et décérébré, qui fonctionne sur le mode de la pulsion, c'est à dire du « ça » freudien. L'œuvre de Goya apparaît donc capitale, voire « essentielle à notre compréhension de la condition humaine des temps modernes. Tout comme la fresque du plafond de la chapelle Sixtine de Michel-Ange est essentielle pour comprendre le sens du XVIe siècle » (Licht, 1983). L'œuvre de Goya sera incorporée au jeu et apparaîtra durant le temps de « l'obscur clarté » tel un indicateur d'éveil de la conscience du joueur.



La présence de la perspective et les nez écrasés selon un principe de simplification des plans, rappellent l'œuvre *Les Demoiselles d'Avignon* de Picasso (1907), à l'exception de certains personnages de la réalité transposés dans le jeu, tel un clin d'œil à notre contexte socio-politique. J'ai souhaité conserver une part de réalisme par la restitution d'éléments de notre réalité contemporaine mais également incorporer à l'œuvre une nature morte classique qui prend la forme d'un *memento mori* qui puisse rappeler au joueur le caractère éphémère de la vie. Cette nature morte figure un *Easter Egg*, terme communément utilisé par l'industrie du jeu vidéo. Cet « œuf de Pâques » soigneusement dissimulé dans l'œuvre figure un clin d'œil au contexte quotidien de travail de l'artiste, par la mise en scène d'éléments personnels. Ce *memento mori* se situe au siège de l'Etat *Præsidium*, et n'est visible qu'à l'issue de l'expérience de jeu. Par mon œuvre, je souhaite démontrer comment la fragmentation opère au sein de la société, mais surtout dénoncer la manière dont la modernité abandonne tout humanisme en s'opposant au monde ancien. Cette mentalité domine dans une forme de détestation du paradigme d'une époque dont finalement l'absence des valeurs fragmente et déconstruit les individus. L'incorporation d'éléments inspirés de notre histoire participe de cette démonstration.

Le choix d'un univers en 3D permet de déterminer un espace selon un point de vue posé par une analyse qui s'inscrit dans la profondeur. Or, l'histoire de l'art a démontré que la perspective est un marqueur qui traduit le regard lié au contexte d'une époque. Présente au siècle d'Euclide, la perspective disparaît au Moyen-Âge pour finalement réapparaître à la Renaissance et se prolonger jusqu'au XXI<sup>e</sup> siècle. *Præsidium* concept kitsch est finalement le lieu de tous les signifiants hérités de cette histoire qui nous constitue. Pour déterminer vers où notre humanité se dirige, il convient avant tout d'observer sa trajectoire historique pour comprendre d'où elle vient. Stuart Hall affirme que les ressources de l'histoire, du langage et de la culture sont des éléments fondamentaux qui permettent de questionner sur ce que nous tendons à devenir plutôt que sur ce que nous sommes (Hall, 2008). En tant que ressource de l'histoire, du langage et de la culture, le jeu vidéo semble porter en lui cette délicate responsabilité.

## Conclusion

Au-delà des différentes formes que le jeu vidéo peut revêtir, qu'il s'agisse d'un jeu de plate-forme en 2D, d'un jeu de tir à la 3ème personne, ou encore d'un jeu de course ou de simulation automobile, tout concept vidéoludique est en premier lieu un espace numérique vierge où viennent s'agencer ensemble, dans un certain ordre, différents éléments graphiques et sonores, numériques et artistiques. Par la manière dont il façonne une image sensible du monde qui nous entoure et qu'il met en œuvre, le jeu vidéo produit une signification et une émotion. Finalement, peu importe qu'elle soit positive ou négative car, à l'instar de Georges Braque, l'art n'est-il pas fait pour troubler ?

À l'image de l'art, le jeu vidéo permet de transmettre les croyances et les désirs de l'humanité. Il est une trace, un stigma civilisationnel qui imprègne nos inconscients.

Il donne forme à nos idéaux et à notre perception du monde dont il est le reflet. Chaque époque à son art et chaque société l'art qu'elle mérite. Selon le concept de totalité, le jeu vidéo se nourrit du contexte sociale, économique, politique, en un mot historique.

Pour reprendre le propos de Hegel concernant l'art :

*« ce qui nous attire dans ces contenus quand ils sont représentés par l'art, c'est justement cette apparence et cette manifestation des objets, en tant qu'œuvres de l'esprit qui fait subir au monde matériel, extérieur et sensible, une transformation en profondeur ».*

En d'autres termes :

*« il agit en idéalisant. Il rend durable ce qui, à l'état naturel, n'est que fugitif et passager [...] accidents et événements qui vont et viennent, qui sont là pendant un moment pour être oubliés aussitôt, tout cela l'art l'arrache à l'existence périssable et évanescence, se montrant en cela encore supérieur à la nature ».*

Si l'on considère que l'art tend à nous éclairer sur la banalité de notre quotidien, qu'en est-il du jeu vidéo ? S'il est encore trop souvent objet de polémique et n'est pas encore reconnu comme art à part entière, le jeu vidéo utilise pourtant différentes pratiques artistiques quant à elle

reconnues, telles que le dessin, la peinture, la sculpture mais aussi des outils technologiques de plus en plus performants. Aujourd'hui, les tablettes et les stylets remplacent les toiles et les pinceaux. En cela, le jeu vidéo tend à être un art majeur que l'on pourrait situer au sommet de l'art contemporain. A ce titre, il ne peut être minimisé ni dans les formes qu'il produit, ni dans les moyens qu'il met en œuvre pour les produire, ni dans son rôle de miroir sociétal.

Ainsi, l'œuvre *Præsidium* a fait l'objet d'une première version d'essai réalisée en 2D qui, bien que graphiquement intéressante, a été le lieu de frustration, de par son manque de perspective en tout point. En seconde phase du projet, et grâce à un coup de baguette magico-technique en vue d'une transformation en profondeur, l'œuvre a pu émerger dans une forme tridimensionnelle, par l'utilisation du *voxel*, c'est à dire du pixel en 3D. Pour parvenir à cette première partie de son développement, des moyens ont été indispensables tant techniques qu'artistiques.

Enfin, le plaisir de malaxer la matière numérique cubique a permis de donner « corps » au jeu par la création et l'élaboration d'éléments qui commencent tous de la même façon : par un cube, sorte de métaphore de la première pierre indispensable à la construction de tout édifice, au sein d'un monde légolandisé à l'image des inconscients incorporés de l'enfance.

## **Bibliographie**

- Arendt Hannah (1972), *Le système totalitaire, les origines du totalitarisme*, Paris, Seuil.
- Arrault Valérie (2010), *L'empire du kitsch*, Paris, Klincksieck.
- Balzerani Margherita (2007), *Et le jeu vidéo créa la femme – Lara Croft, une héroïne postmoderne*, The Game / Le jeu n°7.
- Baudrillard Jean (1989), *L'échange symbolique et la mort*, Paris, Gallimard.
- Bernays Edward L. (2007), *Propaganda, comment manipuler l'opinion en démocratie*, Paris, La Découverte.
- Butler Judith (2006) *Gender Trouble*, Paris, La découverte.

- Cadet André et Cathelat Bernard (1968), *La publicité : de l'instrument à l'institution sociale*, Payot – Préface d'Edgar Morin
- Cassell Justine and Jenkins Henry (2000), *From Barbie to Mortal Kombat*, London, The MIT Press
- Cros Edmond (2003), *La sociocritique*, L'Harmattan.
- De Beauvoir Simone (1949 éd. 1986) , *Le deuxième sexe I, Les faits et les mythes*, Gallimard.
- Foucault Michel (1994), *Histoire de la sexualité, tome I, La volonté de savoir*, Gallimard.
- Freud Sigmund (2010), *Le moi et le ça*, Payot.
- Gori Roland (2015), *La fabrique des imposteurs*, Arles, Babel.
- Hall Stuart (2008), *Identités et cultures, Politiques des cultural studies*, Editions Amsterdam.
- Hein Carolina (2006), *Visual pleasure and Narrative cinema*, Grin Verlag.
- Jenkins Henry (1998), *From Barbie to Mortal Kombat, Gender and Computer Games, Computer Games for Girls: What Makes Them Play*, ed. Justin Cassel et Henry Jenkins.
- Kennedy Helen (2002), *Lara Croft : icône féministe ou Cyberbimbo ? Limites d'analyse textuelle*, Game Studies, The international journal of computer game research, vol. 2, issue 2.
- Lasch Christopher et Michéa Jean-Claude (2008), *La culture du narcissisme*, Climats.
- Lewi Georges (1998), *L'Odyssée des marques : les marques, mythologie contemporaine*, Paris, Edictis.
- Licht Fred (1983), *Goya: The Origins of the Modern Temper in Art*, Icon.
- Lukács Georg (1974), *Histoire et conscience de classe : Essais de dialectique marxiste*, Minuit.
- Liotard Jean-François (1979), *La condition postmoderne : rapport sur le savoir*, Paris, Minuit.
- Lasch Christopher et Michéa Jean-Claude (2012), *La culture de l'égoïsme*, Climats.
- Said Edward (2015), *L'orientalisme : l'Orient créé par l'Occident*, Poche.
- Semprini Andréa (1995), *La marque*, Paris, Presses Universitaires de France.
- Tarde Gabriel (1890 éd. 2015), *Les lois de l'imitation*, CreateSpace Independent Publishing Platform.

< 20 > ART et JEU / JEU et ART NOVEMBRE 2016

Vigarello Georges (2006), *Histoire du Corps, 3. Les mutations du regard. Le XXe siècle*, Seuil.

ART et JEU / JEU et ART NOVEMBRE 2016