

Communication colloque Ludopresse

Bonjour à tous ! Je m'appelle Boris Krywicki, j'ai une formation de journaliste et je démarre une thèse concernant la presse jeu vidéo avec Bjorn-Olav. J'en suis au tout début de mes recherches, j'ai démarré il y a deux mois. Mais je vais tenter de vous livrer une réflexion sur la ligne éditoriale des médias vidéoludique, leur cohérence rédactionnelle, ce qui différencie leur expression de celle d'un blog ou d'un youtubeur. Sachez qu'on reste dans la démarche exploratoire, qui deviendra normalement de plus en plus étayée au fil de mes recherches.

Donc à l'Université de Liège, on est dans une optique du jeu vidéo comme objet culturel, avec à son sujet un discours de critique culturelle qui traite les nouvelles sorties. Pour analyser ces textes, qu'on appelle comme vous le savez les tests de jeu vidéo, je propose de partir de la notion de lecteur-modèle. Donc, en quelques mots, un concept développé par Umberto Eco dans *Lector in fabula*, qui considère que les rédacteurs s'expriment avec, à l'esprit, le lecteur-modèle que leur publication envisage pour établir son contrat de lecture. Et il faut bien comprendre que le lecteur-modèle est un produit du texte en soi, et il ne correspond pas forcément au lecteur réel, y'a rien de sociologique là-dedans, c'est de l'analyse du discours, nourrie d'éléments de contexte. Le contrat de lecture, selon Eliseo Veron, c'est le dispositif d'énonciation où est mise en forme la relation de lecture qu'une publication propose à ses lecteurs. Donc j'utilise les théories de la réception de l'infocom comme un moyen de dégager des types d'adresses au lecteur de cette presse spécialisée.

De manière générale, on peut dégager trois tensions qui rendent la position de critique délicate.

- La plus évidente : subjectivité versus objectivité. Le critique veut faire part de sa sensibilité individuelle, mais veut tout de même justifier son évaluation à l'aune de toute une série de critères voulus objectifs.
- Ensuite, on a expression versus attractivité. Un rédacteur va vouloir produire un texte qui a une certaine qualité dans la forme, une identité et un contenu fort, mais sans pour autant le rendre inaccessible avec un vocabulaire alambiqué et des phrases trop ambitieuses pour l'indulgence du lectorat.
- Enfin, importance de l'objet versus puissance du discours : l'objet testé ou critiqué doit avoir sa place au sein du texte, puisqu'il en est son principal sujet. Mais l'auteur cherche tout de même à prendre le pas sur son objet, à produire un discours marquant qui manifeste une valeur ajoutée.

Les rédacteurs vont placer leurs curseurs par rapport à ces trois tensions selon le public-cible qu'ils envisagent. C'est le placement de ces différents curseurs qui définit le contrat de lecture.

Cette typologie selon le contrat de lecture que je propose, je la dois à un article d'Alain Bergala, qui analyse la critique cinéma. Il esquisse un moyen de classer les critiques en fonction de leurs adresses au lecteur, j'ai développé ça dans le cadre d'un mémoire en nommant moi-même les catégories. Je pense que cette méthode est un bon point de départ pour analyser la critique de jeu vidéo. Pour moi, rapprocher critique de cinéma et de jeu vidéo, ça a du sens. J'y vois trois points communs :

- une similarité des trajectoires, avec une forte communion entre critiques et récepteurs au départ, dans une même bienveillance pour leur passion, qui dévie ensuite vers des façons de juger plus éclatées (l'exigence que certains trouvent trop sévère, l'enthousiasme pour les grosses productions...)
- Découpage des évaluations en critères (réalisation, jeu des acteurs, bande-son... et graphismes, jouabilité...)
- Souci du lecteur-modèle, avec des impressionnantes levées de boucliers quand la communauté de récepteurs désapprouve le jugement du critique. (Bruno Bayon avec *Le Retour du Roi* : est accusé d'arrogance critique, c'est à dire de dégager, au sein de son texte, du dédain pour un divertissement de masse comme le seigneur des anneaux. On retrouve le même genre de protestations du lectorat réel des médias de jeux vidéo, sur les forums, en réaction aux avis négatifs sur les jeux grand public : le testeur est soupçonné de mépris, d'être blasé ou élitiste etc.)

Maintenant que j'ai parlé de ma méthode et de son parcours, venons-en au premier type de critique que je propose, celle de célébration. On la retrouve principalement dans la presse magazine des années quatre-vingt dix, qu'il faut remettre dans un contexte historique et social. A l'époque, le jeu vidéo est encore faiblement médiatisé, dans le sens où il est un loisir « de niche » au niveau de sa légitimité, il n'a pas des articles le concernant dans la presse généraliste, etc. Pour les joueurs, l'acte d'acheter une revue manifeste une appartenance à une communauté de valeurs qui glorifie le jeu vidéo, célèbre sa passion. Les magazines, de leur côté, vont jouer ce rôle de porte-parole de communauté, ils illustrent et défendent la communauté. Ils vont développer un vocabulaire propre – les termes « mégahit », « must » - qui deviennent de vrais labels qui servent de soutien à la politique commerciale des éditeurs (« ce jeu est un mégahit Consoles + »). Presse, joueurs et éditeurs sont dans un même dispositif de célébration, une même communauté.

De ce fait-là, les rédacteurs affichent un enthousiasme sans retenue apparente. On a des notations ostentatoires, avec une note en pourcentage qui est plus utilisée pour l'euphorie qu'elle dégage que sa précision. On n'utilise pas les cent occurrences, loin de là, mais on a du clinquant, qu'on retrouve aussi dans les textes, avec une foule de superlatifs (« ce jeu est ultra beau, ultra fluide »...). Un humour et un ton très potache, aussi, sur lesquels je ne m'attarderai pas car tout le monde voit bien de quoi il s'agit, et une personification du conseil, avec les testeurs mis en scène, parfois avec des dessins,

qui donnent directement leurs goûts au lecteur (« ce jeu est dans mon top 5 »). Il faut dire aussi qu'à cette époque la presse jeu vidéo connaît un véritable âge d'or, avec un nombre incroyable de titres différents qui coexistent et des tirages qui peuvent dépasser les 100.000 exemplaires (ce chiffre concerne Joystick).

Si on analyse des tests de cette presse – et là mon corpus a davantage une valeur illustrative – on voit des vraies marques de cet enthousiasme et de cette absence de retenue apparente. On a une glorification des séries et de leurs développeurs. Dans un test de Crash Bandicoot 3, un testeur de Joypad commence par « Gloire à Crash ! », on va nous dire que « Naughty Dog (le développeur) a endossé son costume de Père Noël, qu'ils se sont surpassés, que le résultat est ébouriffant ». Le rédacteur met en scène le développeur de jeu vidéo comme un bienfaiteur que la communauté doit remercier. On remarque aussi une utilisation de la deuxième personne du pluriel (« Découvrez ce que fun et beauté ultime signifient vraiment », « Vous aurez le plaisir de vous balader dans des niveaux qui évoquent » etc.). On peut voir que le rédacteur s'adresse au joueur comme s'il avait déjà acheté le jeu, pour l'encourager ou le réjouir de sa pratique future. Le test serait un guide de découverte. Dans la mise en page, la part belle est laissée aux encadrés (on a une demi-page de texte pour trois ou quatre d'images). Souvent, ces encadrés vont complètement dévoiler le contenu du jeu, y compris ce qui est caché. On va montrer au lecteur l'intégralité des boss, les capacités du héros à débloquent et ce qu'elles permettront de faire, voire certains éléments secrets. On a un exemple ici, un test d'Ape Escape dans Consoles +, où l'encadré dit « cette tortue cache l'entrée d'un niveau. Pour y pénétrer, tapez sur sa tête et entrez dans sa bouche ». Il y a l'idée de donner des éléments du jeu à l'avance à tout le monde, même à ceux qui n'y joueront peut-être jamais. Il faut rappeler les difficultés de diffusion des jeux à l'époque liées aux coûts. Le magazine partage des éléments de culture vidéoludique d'un loisir malgré tout élitiste et permet de s'émerveiller par procuration. Donc en ça aussi il constitue un lieu de rassemblement universel autour du jeu vidéo, abordé de façon très enthousiaste. Et ce traitement est hégémonique à l'époque : on retrouve les mêmes ingrédients dans les tests de jeuxvideo.com. Les testeurs du site naissant avaient comme consigne à ce moment-là de s'aligner sur le ton de la presse magazine.

Je passe maintenant à la critique réfléchissante, où on retrouve les contrats de lecture de deux *pure players* actuels voulus grand public : Jeuxvideo.com, dont on vient de parler, et Gameblog. La critique réfléchissante englobe un public-cible aux limites plus floues, moins construit sur la justification d'une pratique fondée sur des valeurs que sur une recherche d'infos qui se fondent sur cette pratique elle-même. Le lecteur-modèle produit par les textes va correspondre au joueur *lambda*, en tant que consommateur *lambda*, c'est-à-dire quelqu'un qui achète les jeux qui se vendent le plus sur le marché. Ici, les succès commerciaux vont être pris comme mètre-étalon dans une logique de rentabilité économique : on parle davantage de ce qui se vend le mieux. Jeuxvideo.com est d'ailleurs créé dans le but d'incarner un produit d'appel pour le Minitel et est vite racheté comme tel. Et quand on lit l'histoire du site, on comprend que les décisions

marketing et l'optique de s'adresser au grand public sont au cœur de tout son développement. Gameblog, qui n'arrive qu'en 2007, dix ans après Jeuxvideo.com, assume complètement son jeu avec les éditeurs pour satisfaire les demandes de l'agenda setting. L'agenda setting c'est une théorie de Mc Combs et Shaw, en sociologie des médias, qui constate une mise à l'ordre du jour des médias, des impératifs de communication sur certains événements en synchronie avec leur occurrence. Dans le cas du jeu vidéo, si un Call of Duty sort, il faut en parler, parce que c'est un jeu qui fait beaucoup de ventes et qui a un gros budget, et en parler en amont de la sortie. La complicité avec les éditeurs crée cette mise à l'agenda. Et pour ça, peu importent les conditions, si l'éditeur veut qu'on teste le jeu dans un hôtel luxueux, on y va, et on n'a pas peur de l'assumer parce qu'on estime qu'on donne au public du site ce qu'il réclame, peu importe le prix. La théorie de l'agenda setting peut être un outil efficace pour interroger les choix que les sites opèrent dans le traitement des sorties et la perception du marché que cela implique, car il y a aujourd'hui trop de titres publiées que pour rester exhaustif, et il y a toujours des différences de mise en lumière : tel jeu va bénéficier d'un dossier accompagnant sa sortie, celui-ci d'une émission spéciale alors qu'un autre va être à peine évoqué en news. Mais ici c'est davantage une piste de réflexion que des conclusions que j'ai à vous proposer.

Donc la critique réfléchissante, c'est une critique qui renvoie aux récepteurs que le média suppose le propre miroir de ce qu'ils aiment, de ce qu'ils veulent, en tant que public de masse. On retrouve ce contrat de lecture du triple A populaire comme mètre-étalon des goûts du lecteur dans les tests. On constate une évaluation positive de la reprise de codes d'autres jeux, de l'absence d'originalité. Par exemple dans un test de Dying Light (« On a tous en tête les sensations procurées par *Mirror's Edge*. [...] on va pouvoir revivre le même type d'émotion à l'échelle d'un monde ouvert »), on va remarquer les similarités mais en disant « loin de moi l'idée de critiquer cet état de fait ». Ou, dans un test de Fallout 4, (« [Des missions] qui rappellent beaucoup, au niveau look et déroulé, les épisodes antérieurs. Sans qu'on ait d'objection à formuler », « les adorateurs de la recette RPG de Bethesda n'ont pas à craindre le moindre bouleversement indésirable. La proposition est exactement la même »). Donc les redites de jeux qui ont supposément marqué la communauté ou qui lui auraient plu sont décodées comme une bonne nouvelle, un point positif.

On retrouve aussi une mise en scène et en récit de l'expérience de jeu – vous pouvez voir un exemple sur le slide – pour se rapprocher du joueur auquel on s'adresse, faire passer des émotions fortes par une sorte de *storytelling*. Il y a un certain habillage qui rapproche les jeux vidéo d'un récit cinématographique d'action, typé « blockbuster ». Et d'ailleurs, le contenu des tests implique régulièrement des références populaires, qui parleront au public-cible tel que les rédacteurs l'envisagent. (Jeuxvideo.com dit de Dying Light qu'il est entre

Yamakasi et World War Z, Gameblog écrit « on kiffe, on commence à croire qu'on voit dans la matrice », on parle de la monstruosité des univers de *Mad Max* et *Ken le survivant* ou de ce que peut connaître un survivant de *The Walking Dead*). Donc une volonté d'adopter l'univers de référence du lectorat et son vocabulaire, présupposé. Dans les tests de cette critique réfléchissante, il est question des défauts récurrents des jeux grand public mais ils sont considérés comme anecdotiques : on en fait mention sans les développer ou, en tout cas, ils ne se ressentent pas dans la note finale. Par exemple, dans le test de *Dying Light* *Plusieurs problèmes – IA, doublage, un scénario cliché – rattrapés par impression de liberté et mode multi* Be the Zombie carrément fendard ». On a un exemple édifiant avec le test de *Fallout 4*, où le rédacteur adopte à plusieurs reprises le ton de la concession pour excuser et défendre les choix du développeur/éditeur Bethesda (Lorsqu'on s'attaque à un morceau comme *Fallout* [...] il faut faire des choix », « il faut bien reconnaître que les premiers moments du jeu sont particulièrement originaux », « il faut reconnaître qu'il est plaisant de vivre en direct la fin du monde »). A de nombreuses reprises, le journaliste manifeste sa déception quant à l'édulcoration du propos (il dit (« l'écriture manque cruellement de soin et l'on peinera à retrouver tout au long de l'aventure le cynisme et l'humour acide qui caractérisait jadis l'ADN de *Fallout* », « *Fallout 4* ne s'encombre pas des choix qui ont fait la gloire de la série ») mais note au final le jeu... 16/20. *Fallout 4* est décevant pour les esthètes mais c'est un excellent divertissement pour le grand public, et le testeur le note en conséquence.

Enfin, on peut mentionner que sur ces sites, critiques amateurs et professionnels sont placés sur un même piédestal : il y a un espace « VOS notes », l'avis des lecteurs, etc. qui participe à l'importance du lecteur et de ses goûts comme se confondant avec l'évaluation du site, et qui cherche aussi une certaine proximité qu'on avait déjà dans l'idée de la narration de l'expérience de jeu.

Je terminerai par le troisième type de critique que je propose, dont le nom n'a pas encore totalement été arrêté. Donc on propose pour l'instant « critique de maturité » parce que c'est une presse qui semble se construire contre d'autres pratiques, ou en tout cas en réponse à une manière de faire le travail ailleurs. Je parle ici d'un pure player à l'échelle de notation plus dure que ses confrères, Gamekult, et d'une presse alternative qui sort du traitement de l'actualité « chaude », comme on dit : Canard PC, JV le Mag, Merlanfrit, Games...

Ici, le contrat de lecture serait de s'écarter du consensus commercial pour convaincre et fidéliser. Dans le cas de Gamekult, on conserve le modèle « News »,

« Previews », « Tests » mais on y applique du cynisme, du recul, de l'exigence. Par exemple, pour parler du flou autour du licenciement du créateur Hideo Kojima par Konami, le site raconte qu'il est en vacances, ou ils vont tourner en dérision les stratégies de développement de la frange mobile des éditeurs en racontant que Square Enix va sortir un final fantasy où suffira de marteler l'écran tactile pour monter de niveau. Ou encore, Gamekult va tourner en dérision les previews hands off sur les salons – où le journaliste est contraint de regarder quelqu'un jouer – pour dénoncer la pratique, spécifier que la démo console tournait sur un PC, etc.

Dans le cas de JV ou de Games, on abandonne le modèle news previews tests au profit de nouveaux formats, davantage centrés sur l'expression que l'évaluation (on va décrire un ressenti sur un jeu, etc.) ou détourner ce modèle, par exemple avec Canard PC qui publie des tests où ils notent -23 sur 10, 15 sur 10...

Quand on se penche sur les tests de cette critique de maturité – et ici il n'a que ceux de Gamekult qui entrent dans l'analyse pour l'instant – on retrouve des valeurs incompatibles avec le profil des titres populaires. C'est à dire la recherche de titres qui sortent des sentiers battus (« *[Dying Light] se cherche une identité tout au long de l'aventure et singe une bonne partie de la concurrence, quitte à plagier sans atteindre ses qualités* »). Reprendre de éléments sans y arriver aussi bien est considéré comme inadmissible. Le critère de l'originalité est extrêmement important. Le jeu vidéo est ici envisagé comme un objet culturel total, à dissocier de son prix. Par exemple, Portal a eu cinq sur Gamekult, ce qui a suscité une énorme vague de protestations, parce que le testeur considérait le jeu trop court et inabouti dans sa démarche. Jeuxvideo.com et Gameblog invoquent le faible prix d'achat du jeu pour « excuser » cette faible durée de vie : le jeu n'est pas cher donc ce n'est pas grave si il est court, ce que pourrait se dire un consommateur qui questionne la rentabilité de son investissement. La même logique se retrouve dans un dossier de Gameblog lors de la sortie de la Wii U, où la finalité des articles est de définir si le lecteur doit acheter la Wii U ou non, doit passer à l'acte ou non. Donc là, le jeu vidéo est envisagé comme objet de consommation, avec le prix comme l'un des éléments essentiel d'évaluation, tandis que le discours de Gamekult sera plus « peu importe le prix si le jeu est bon et abouti », « un prix bas n'est pas une excuse pour fournir un jeu chiche » et où les rédacteurs vont grogner contre la dévaluation du travail de développeur de jeu vidéo. C'est aussi une façon de défendre le prix de la qualité, qui est la façon

dont Gamekult justifie ses contenus premium pour auxquels l'accès nécessite un abonnement payant.

On peut mentionner aussi des micro-obsessions qui ciblent l'audience « de niche » (un podcast mensuel consacré entièrement au Japon – qui a été important autrefois mais qui est peu traité aujourd'hui), avec une couverture du Tokyo Game show sur place, des dossiers sur les bandes originales de jeux vidéo, un regard attentif sur les jeux indépendants à petit budget... Bref, des choix qui ne reflètent pas ce qui marche massivement sur le marché du jeu vidéo. Enfin, on peut noter une exigence sans cesse rehaussée, envers les jeux à critiquer mais aussi vis-à-vis de sa propre pratique. Le test de Fallout 4 de Gamekult dit par exemple « *la critique – dont Gamekult – a trop longtemps fermé les yeux sur ce constat au lancement. Et il est peut-être temps d'arrêter les conneries* ». Il y a donc l'idée d'être toujours plus exigeant avec le temps, de considérer qu'un jeu postérieur à un autre se doit d'être meilleur (le test de Fallout 4 regrette ce qu'il aurait pu être plutôt que de se réjouir du divertissement qu'il constitue), mais aussi une remise en question de manière très monstrative. Ça rejoint cette idée que cette critique de maturité s'accompagne d'un discours dénonciateur des pratiques de son métier qui sont « mauvaises » pour elle, que ça soit Gamekult ou Canard PC, il y a un moment où ils justifient leur différence de modèle en disant « on ne veut pas faire comme ces gens-là ».

Je vais clore ici ma communication, mais pas avant d'avoir ouvert quelques pistes de réflexion. Il faut aussi que je précise que ces catégories ne sont pas faites pour être étanches. On peut toujours trouver des exceptions et aucun des médias analysés ne va rester que dans un seul type de contrat de lecture immuable. Ce qui me semble intéressant avec cette approche, c'est qu'on peut à la fois rapprocher la critique de jeu vidéo d'autres types de critiques culturelles, avec des outils pour décoder la relation au lecteur, mais on peut aussi dégager sa spécificité : une critique qui s'appuie sur la responsabilité partagée de la collectivité. Derrière des choix éditoriaux, on a une vision du jeu vidéo à partager avec un lecteur-modèle à travers ces tests. On peut se demander à quel point ce terme de test reste-t-il une appellation qui fait sens aujourd'hui. On n'est plus dans une « simple » démarche technique de « est-ce que le jeu fonctionne ou pas », il y a des enjeux bien plus importants qui impliquent, de la part des rédacteurs, une vision de leur propre travail. En sondant davantage les textes, mais aussi les autres formes de test, les vidéo-test par exemple, j'aimerais interroger cette appellation de « test » et l'ouvrir à de nouveaux horizons d'analyse. Voilà, je vous remercie pour votre attention, et si vous avez des questions, elles sont les bienvenues.