

## Appel à communication

# Gēmu : qu'est-ce qu'un jeu vidéo "japonais" ?

Appel à communication pour une journée d'étude organisée à Lyon le 11 mai 2023

Organisateurs : Julien Bouvard (IETT, Université Jean Moulin - Lyon 3) et Grégoire Sastre (CRJ-Ehess, Université Cergy Paris)

Depuis les années 1970, le Japon tient une place majeure dans la production vidéoludique mondiale. Tout le monde connaît les noms de Nintendo, Sega, Taito, Namco et plus récemment Sony, acteurs d'un vaste marché qui commence dans le jeu d'arcade et s'étend aujourd'hui jusqu'au jeu mobile. Leur incontestable succès international a largement contribué à associer le pays à ces objets vidéoludiques, au point que le Japon a longtemps été perçu comme un eldorado du jeu vidéo, en avance sur le reste du monde. Paradoxalement, c'est au moment où le Japon entrait dans une période de récession économique - l'ère Heisei 1989-2019 - que sa culture populaire, dont la production vidéoludique, devenait l'un des emblèmes contemporains du pays, ce qui a nourri quelques espoirs en matière de *Soft Power* dans les années 2000 (Iwabuchi 2002).

Or, il nous semble nécessaire de nous interroger sur ce qu'est un jeu vidéo japonais. Nous nous demanderons ainsi ce qu'est un *gēmu*, en reprenant le terme proposé par Martin Picard (Picard 2013) pour le différencier de la production mondiale.

Cette journée d'étude a pour objectif de discuter les spécificités d'un jeu vidéo "japonais" ou "à la japonaise" en tentant d'en définir des balises dans plusieurs domaines, correspondant à plusieurs approches méthodologiques.

En tant qu'objet, d'abord, celui-ci est défini par son historicité. Des premiers jeux produits par des entreprises japonaises, tels que les clones de *Pong* par Taitō dans les années 1970, jusqu'aux sorties actuelles telles que *Elden Ring* (2022), le medium a considérablement évolué, autant dans sa forme que dans ses processus de production ou dans son ampleur économique. L'une des particularités de l'industrie vidéoludique tient, sans doute davantage que pour toute autre industrie culturelle, à sa nature profondément globale. Dans le cas du Japon, le lien très puissant avec les États-Unis se retrouve dans la création de sociétés transnationales comme Sega, ou dans les accords internationaux de développement ou de distribution qui constituent des étapes importantes dans l'histoire du jeu vidéo japonais.

Comme tout produit culturel, le jeu vidéo (japonais) est d'abord une industrie. La question est triple : il s'agit ici de savoir quelle est la place de cette économie dans le contexte japonais, quelle relation s'établit entre cet objet et l'industrie des loisirs, et quelle est son histoire particulière (Hendry, Raveri 2001).

On sait à quel point les franchises transmédiatiques japonaises se sont développées grâce à un astucieux *media mix* (Steinberg 2012). Les jeux vidéo s'intègrent parfaitement à ce cocktail médiatique mêlant jeu vidéo, film, manga, dessin animé ou produit dérivé, une synergie qui capitalise sur la popularité d'une série pour en assurer le succès commercial en dépassant les frontières médiatiques. Au-delà des aspects économiques du phénomène, on peut s'interroger sur les transferts esthétiques et narratifs entre ces médias, à la manière d'Azuma Hiroki qui évoque le "réalisme vidéoludique" comme l'une des pierres angulaires de la culture *otaku* contemporaine (Azuma 2007). Les formes de narration propres du jeu vidéo se seraient ainsi déplacées vers d'autres médias, engendrant des récits à narration éclatée, comparables à des "run" de jeu vidéo.

S'interroger sur le jeu vidéo japonais nécessite également de réfléchir aux lieux relatifs aux pratiques du jeu vidéo au Japon. Il faut ainsi examiner la place des salles d'arcade (Pelletier-Gagnon 2019) et les modes de consommation du jeu vidéo qui y sont mis en place avec leurs sociabilités propres, mais aussi les manières originales de se réappropriier les personnages issus de cet écosystème médiatique dans l'espace public japonais (Ernest dit Alban 2019).

Il s'agit également d'aborder les jeux japonais en tant que productions de l'esprit, proposant des grammaires vidéoludiques originales, qui sont pour certaines nées au Japon et qui définissent parfois des genres considérés comme spécifiquement japonais (JRPG, jeux de combat, Tactical RPG, Shmup, Visual Novel, etc.). Dans cette logique, quelles sont les influences croisées entre productions japonaises et productions étrangères ? À l'inverse, existe-t-il des jeux "trop" japonais pour franchir les frontières de l'archipel ?

Aborder le sujet du jeu vidéo japonais, c'est aussi se confronter à des représentations du monde qui ne correspondent pas toujours aux préconceptions occidentales du domaine. La "masculinité militarisée" (Kline 2003), concept souvent mobilisé dans les *Game studies* pour définir une représentation paradigmatique dans le jeu vidéo apparaît, à plusieurs égards insuffisant, voire erroné, quand il s'agit de définir le prototype du jeu vidéo à la japonaise. Les joueurs PC masculins au Japon préfèrent manifestement les histoires d'amour (Bouvard, Triclot, 2019) aux récits militaires héroïques d'un *Call of Duty*.

En dehors du cadre universitaire, le jeu vidéo japonais est souvent l'objet d'articles dans la presse vidéoludique occidentale. Il est donc identifié comme tel, par des journalistes, mais aussi par des joueurs qui ont eux-mêmes une idée de ce que doit être un jeu vidéo "japonais". Il est donc nécessaire de comprendre comment ce discours s'est constitué et dans quelle mesure il entretient notamment des clichés orientalistes.

Enfin, il faut aborder la place du Japon dans les jeux vidéo, c'est-à-dire des représentations du Japon à l'intérieur du médium. Qu'ils soient japonais ou étrangers, nombre de jeux utilisent le Japon comme toile de fond. On pense à *Ghost of Tsushima* (2020) dont la volonté d'authenticité, malgré de nombreux raccourcis, a été un argument de vente. De tels questionnements ne doivent pas se limiter aux jeux non japonais, mais également s'emparer des jeux japonais qui, en miroir, même lorsqu'ils sont ancrés dans des espaces imaginaires ou des représentations que l'on pourrait juger "occidentales", comme ceux réalisés par Miyazaki Hidetaka (*Dark Souls*, *Elden Ring*, etc.) ou par Miyamoto Shigeru (*Mario*, *Zelda*, etc.) participent tout autant à la création d'une image du Japon que d'un « jeu vidéo japonais ».

C'est à travers ces différentes entrées que nous souhaitons traiter le sujet du jeu vidéo japonais, en réunissant des universitaires de tous horizons, afin d'établir des ponts entre les études japonaises, les *Game studies*, et d'autres champs ou disciplines comme l'histoire, la littérature, la sociologie ou l'anthropologie.

Julien Bouvard et Grégoire Sastre

#### **Informations pratiques :**

- La journée d'étude se tiendra à Lyon le jeudi **11 mai 2023**
- Les communications (30 minutes) seront en français.
- Les abstracts (nom, affiliation, titre et résumé de 15 lignes environ) devront être envoyés avant le **15 décembre 2022** aux adresses mail des organisateurs : [gregoire.sastre@cyu.fr](mailto:gregoire.sastre@cyu.fr), [julien.bouvard@univ-lyon3.fr](mailto:julien.bouvard@univ-lyon3.fr)

#### **Bibliographie indicative :**

AZUMA Hiroki, *Gêmu teki riarizumu no tanjô – dôbutsuka suru posutomodan 2* (la naissance du réalisme vidéoludique – la postmodernité animalisante 2), Tôkyô, Kôdansha, 2007.

BOUVARD Julien, TRICLOT Mathieu, « "Les 17 ans éternels" : apprendre à jouer à Clannad », in BERRY Vincent, ANDLAUER Leticia, *Jeu vidéo et adolescence*, Presses de l'Université de Laval, 2019, p.149-176.

ERNEST DIT ALBAN Edmond, *Le recyclage comme moteur de la fabrique de l'espace social (et piéton) du sanctuaire féminin otaku d'Otome-Road à Ikebukuro*, thèse de doctorat, Université Paris 8 - Université Concordia, 2019.

HENDRY J. & RAVERI M. (dir.), *Japan at Play*, Londres, Routledge, 2001.

HUTCHINSON Rachael, *Japanese Culture Through Videogames*, Londres, Routledge, 2019.

HUTCHINSON Rachael, PELLETIER GAGNON Jérémie, *Japanese Role-Playing Games: Genre, Representation, and Liminality in the Jrpg*, Lexington, Lexington Books, 2022.

STEINBERG Marc, *Anime's Media Mix: Franchising Toys and Characters in Japan*, Minneapolis, University of Minnesota Press, 2012.

KLINE Stephen (dir.), *Digital Play*, Montreal & Kingston, McGill-Queen's University Press, 2003.

PELLETIER GAGNON Jérémie, *Playing in Public: Technological Trajectories and Gamers' Strategies in Japanese Game Centers*, thèse de doctorat, University of Alberta, 2019.

PICARD Martin, « The Foundation of Geemu: A Brief History of Early Japanese video games », *Game Studies*, volume 13, issue 2, décembre 2013. <http://gamestudies.org/1302/articles/picard>

