

Jeux vidéo, terrain de bataille des guerres culturelles.

FOCUS SUR 2024

Olivier Mauco,
Dr. en sciences politiques,
président de Game in Society,
président de l'Observatoire européen
des jeux vidéo

 Observatoire
Européen
Des jeux vidéo

 GAME IN
SOCIETY



Executive summary

Les critiques récentes de certains jeux vidéo illustrent un phénomène de plus en plus courant dans l'industrie : l'accent mis sur des considérations idéologiques plutôt que sur les aspects purement techniques ou de gameplay. L'industrie du jeu vidéo, autrefois considérée comme un simple divertissement, et critiquée pour cela, est désormais perçue comme un médium culturel et artistique influent, capable de refléter ou de perpétuer des normes sociales et morales.

Cela a entraîné les joueurs et critiques spécialisés à attendre parfois des jeux qu'ils reflètent certaines valeurs ou normes sociales, telle que la diversité, l'inclusion, ou des positions sur des questions sociétales (LGBTQ+, féminisme, écologie, etc.) À l'inverse, une frange conservatrice de joueurs mène une croisade contre toute politisation qu'elle jugerait progressiste et contraire à ses valeurs. Il s'agit d'un positionnement ferme contre la représentation des sujets de diversité, d'inclusion, et d'une vision prétendue « woke » de la société transposée dans les jeux et poussée par les politiques de « DEI » (diversity, equity, inclusion).

De nombreux jeux récents ont été « victimes » de cette guerre culturelle, dont les batailles se déroulent essentiellement sur Internet, et les plateformes comme X (ex-Twitter), YouTube, ou Reddit qui amplifient ces débats idéologiques. Un véritable effet de chambre d'écho peut s'opérer, les critiques étant amplifiées de manière disproportionnée, éclipsant les discussions sur la qualité du gameplay, la technique ou la narration.

Les éditeurs et développeurs sont de plus en plus conscients de l'importance de la perception publique, et certains d'entre eux cherchent à anticiper les critiques en adoptant des positions politiques explicites. Parfois perçus positivement par certains joueurs, démontrant une industrie plus responsable et en phase avec son époque, une minorité s'oppose cependant fermement à cette vision, arguant que les studios sacrifient

la créativité, la liberté artistique ou l'immersion au profit d'un agenda idéologique.

En effet, avec l'omniprésence de ces enjeux, les discussions sur les aspects techniques ou créatifs des jeux peuvent faire l'objet d'une lecture idéologique forte, certains associant forme et contenu du jeu aux conditions de production : bug, gameplay, narration sont entendus comme des défaillances symptomatiques des évolutions morales. Certains titres pourtant innovants, sont jugés sévèrement pour leurs choix idéologiques, tandis que d'autres, plus classiques mais politiquement corrects, reçoivent un traitement plus clément.

Dans l'étude qui suit, nous mettrons en avant cette problématique en lien avec plusieurs titres sortis en 2024, et d'autres à venir, mais qui n'ont pas été épargnés par les polémiques avant leur sortie. Par exemple, la représentation féminine sexualisée dans « Stellar Blade » a provoqué des débats houleux, occultant partiellement l'analyse de ses mécaniques. Dans « Black Myth Wukong », la vision « chinoise » du jeu vidéo a été positivement accueillie par les joueurs conservateurs occidentaux, malgré les controverses entourant la communication du studio. Dans « Dragon Age: The Veilguard », la campagne de boycott du jeu est en réaction à la représentation et mise en avant de minorités sexuelles dans la narration. Dans le titre à paraître « Assassin's Creed : Shadows », les éléments techniques et narratifs du futur jeu d'Ubisoft ont été occultés par la représentation de Yasuke, un samurai noir en tant que protagoniste, les détracteurs fustigeant une diversité ethnique forcée et anachronique. Nous clôturerons l'étude sur le cas « Helldivers 2 » qui intègre la politique dans son gameplay et sa stratégie de communication sur les réseaux sociaux, et qui a failli malgré tout faire l'objet d'une forte polémique.



Som- maire

p. 7

Introduction

- Les points de conflit en germes
- Le gamergate : point de convergence des problématiques et individualisation des entreprises de morale
- Principaux récits : introduction à l'étude actuelle
- Méthodologie

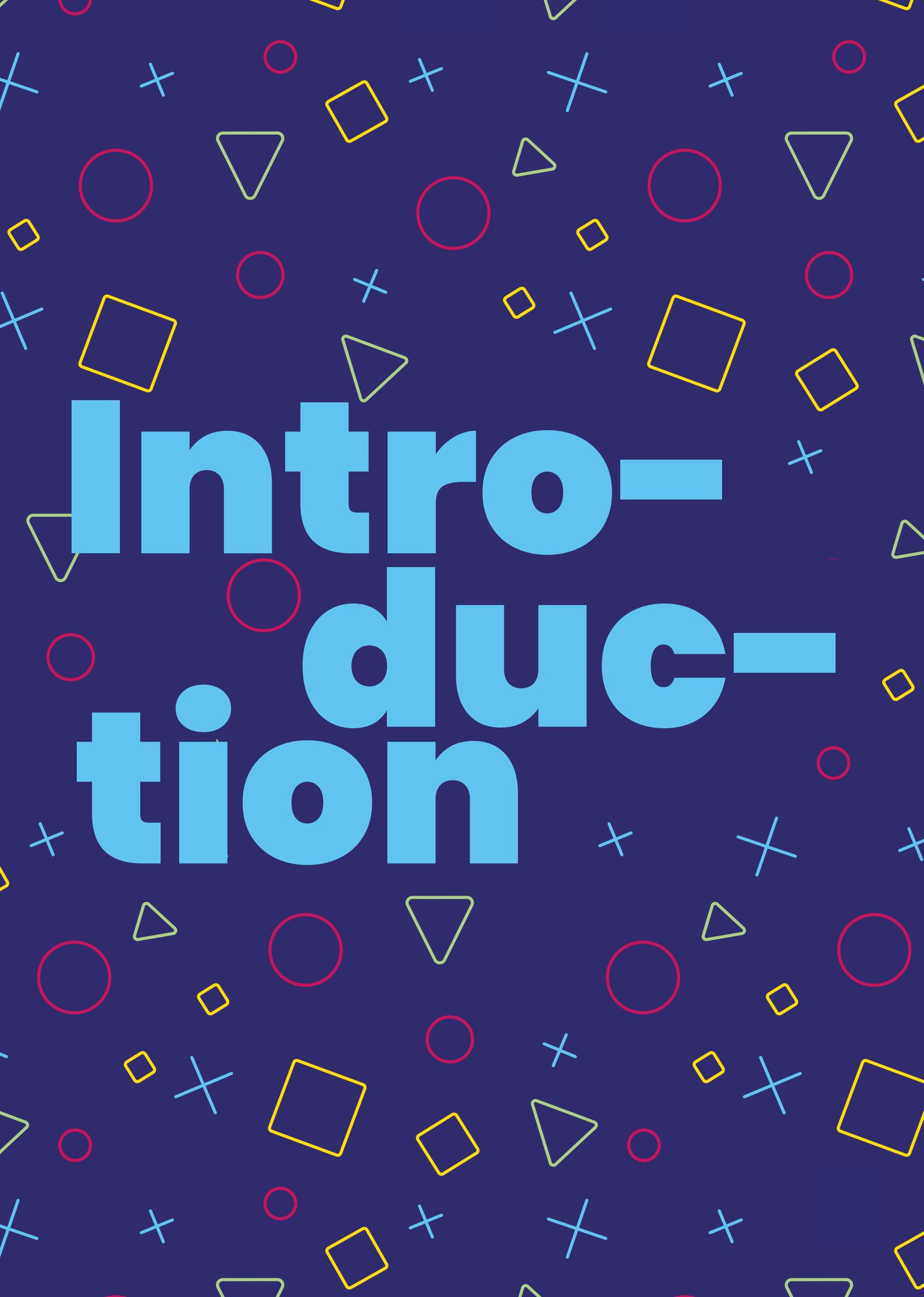
p. 12

Cas pratiques

- Cas pratique #1 Hypersexualisation ou liberté artistique ?
Le cas « Stellar Blade »
- Cas pratique #2 - « Black Myth: Wukong » :
une leçon de soft power : quand la mythologie chinoise devient modèle pour les conservateurs américains
- Cas pratique #3 - « Assassin's Creed : Shadows » :
Yasuke face à une communauté américaine conservatrice et une politisation du sujet au Japon
- Cas pratique #4 : « Dragon Age: The Veilguard » :
les joueurs conservateurs à l'assaut de l'identité de genre
- Cas pratique #5 - « Helldivers 2 » : La politique pervasive comme levier d'engagement majeur sur les réseaux sociaux

p. 36

Conclusion



Intro- duction tion



Le jeu vidéo fait l'objet de nombreuses luttes de définition¹ depuis les années 1990 et s'est transformé progressivement en terrain de choix des guerres culturelles : la lecture problématique du jeu vidéo est le fait de groupes sociaux en concurrence sur d'autres terrains politiques et moraux qui importent le conflit dans l'espace de conversation autour du jeu vidéo afin de faire triompher leur vision du monde. Le jeu vidéo est alors une ressource dans les différentes batailles politiques².

Cette notion de « guerre culturelle »³ vient du sociologue américain James Davison Hunter qui énumère une série de thèmes pouvant faire l'objet de controverses morales violentes : l'homosexualité, l'avortement, l'usage récréatif des drogues, structurent les clivages partisans aux USA. Comme le remarque le sociologue John Evans : « La guerre est déclarée entre deux groupes d'individus qui ont des appréhensions de la société américaine, des notions

de l'autorité morale et des compréhensions de la réalité totalement et fondamentalement opposés. »⁴ Ces visions du monde (worldview) des différents groupes sociaux jouent un rôle fondamental dans l'affrontement autour de ces questions. Par ailleurs, Richard Jensen dans son analyse de la privatisation du National Endowment for Art⁵ a pu mettre en évidence que la privatisation de cette agence a généré un conflit sur les « valeurs fondamentales » (core values) de la société américaine. Comme le souligne Hunter, les médias jouent un rôle déterminant dans « l'institutionnalisation et l'articulation des visions morales ».⁶

Ces guerres culturelles s'attardent alors sur les enjeux de définition morale, et ressemblent dans un premier temps à des « paniques morales »⁷ comme symptômes de clivages plus profonds. L'espace de définition du jeu vidéo est historiquement un espace d'affrontement où la conflictualisation des conversations se fait autour des processus de labellisation⁸ : violents,

¹ Olivier Mauco, *Jeux vidéo: Hors de contrôle? : Industrie, politique, morale*, Paris, Questions théoriques, coll. « Lecture > play », 2014

² Olivier Mauco, « L'institutionnalisation de la violence des jeux vidéo à l'Assemblée nationale », *Quaderni*, 75 | 2011, 51-62. www.journals.openedition.org/quaderni/398

³ Hunter (James Davison), *Culture Wars: The Struggle To Control The Family, Art, Education, Law, And Politics In America*, New York, Basic Books, 1992

⁴ Evans (John H.), « Worldviews or Social Groups as the Source of Moral Value Attitudes: Implications for the Culture Wars Thesis » *Sociological Forum*, vol. 12, n°3, 1997, pp. 371-404

⁵ Jensen (Richard), « The culture wars, 1965 – 1995: a historian's map », *Journal of social history*, vol. 29, 1995, pp. 17 – 37

addictifs, immoraux, woke. Parce qu'elles sont portées par des acteurs et qu'elles visent une forme de régulation voire d'inscription dans la loi d'interdit, ces paniques sont avant tout le fait de croisades morales⁹.

Les premières luttes ont vu s'affronter les joueurs et les non joueurs lors de différentes croisades morales menées par des groupes plus ou moins politisés. Le débat sur l'épilepsie a été rapidement transformé en un problème de santé public, alors que celui sur la violence des contenus a surtout fait l'objet de réappropriation par le personnel politique dans le cadre du jeu politique de qualification de fait divers : de meurtres isolés aux tueries de masse, le jeu vidéo a souvent été désigné comme le coupable idéal, offrant des récits de causalités prêts à l'emploi en communication de crise. L'alliance entre les médias généralistes et les politiques a contribué à fédérer les joueurs autour d'une volonté de définition du jeu vidéo comme loisir légitime, avec des arguments comme la dimension artistique et culturelle des jeux vidéo, la haute technicité des emplois, ou même les scores mirobolants de l'industrie.

La deuxième phase concerne la privatisation des effets avec les pratiques excessives et les défauts d'autorité parentale. Le surinvestissement de certains joueurs mineurs laisse les parents désemparés, et la violence des réactions face auxquelles ces parents sont exposés se traduit par une imputation de cause au jeu vidéo qui rendrait dépendant. En toile de fond, le débat sur l'économie de l'attention, la perte de vitesse des médias traditionnels face au gaming, et plus tard aux réseaux sociaux.

La troisième phase est liée à la suprématie des réseaux sociaux sur les médias spécialisés, qui se traduit par l'importation d'un conflit de définition à l'intérieur du champ vidéoludique entre les détenteurs d'un ethos du puriste et défenseur d'une vision idéal typique du jeu vidéo, contre les nouveaux joueurs, les non joueurs, ou plus encore tout mouvement d'évolution des contenus. Ce mouvement entre joueurs se déplace vers une remise en cause des conditions de production du jeu vidéo avec l'arrivée des problématiques du Gamergate dans les pratiques : a minima le crunch et le harcèlement comme marqueur de la « bro culture », et toute une remise en cause de l'éthique journalistique qui perd son autorité à dire ce qu'est le jeu vidéo.

La guerre culturelle a lieu avant tout dans l'environnement informatif. Elle est à l'époque certes déclarée par les pouvoirs publics, mais capitalise sur les oppositions structurelles entre presse spécialisée et grand public et opposé à nouveau logique d'information et appel à la prescription. La guerre culturelle devient progressivement un mode de traitement ordinaire des journalistes généralistes qui se défont d'une approche éditoriale au profit d'un cadrage plus objectif marqué par la multiplication des points de vue.

Cependant, en 25 ans, l'émergence des réseaux sociaux a favorisé avant tout un « un désenclavement des espaces de confrontation, ou, si l'on préfère, des arènes ou lieux de compétition propres aux divers secteurs »¹⁰ : nouveaux acteurs, nouveaux sujets, entraînant une prolifération des paniques morales portées par les entrepreneurs de morale.

LES POINTS DE CONFLIT EN GERMES

Avant le Gamergate, le jeu vidéo est traversé par des débats parfois virulents autour de quatre principaux thèmes ayant déjà fait l'objet de controverses :

1. Les thématiques du jeu vidéo, notamment ce qui est permis ou non d'aborder dans un jeu vidéo. Ce débat a tant concerné les anciens combattants s'opposant à la représentation d'épisodes contemporains de guerre lors de l'annonce en 2009 de « Six days in Falloujah » que le jeu « Depression quest » réalisé par Zoe Quinn en 2013, game designeuse qui sera au cœur de Gamergate.

2. La représentation de la femme, dès 2013 avec la mise en scène d'un viol dans le AAA Lara Croft entraînant une polémique forte sur la représentation de la femme, son « objectification » et la « bro culture » dans l'industrie. Des chercheurs poursuivront des travaux sur la figure de la demoiselle en détresse et seront l'objet d'une campagne de harcèlement.

3. Les relations de dépendance entre la presse spécialisée, notamment le manque de déontologie qui est apparu expressément lors du Doritos Gate (2012) et le placement produit peu subtil des chips. Ce thème est particulièrement

⁹ Hunter (James Davison), *Before the Shooting Begins: Searching for Democracy in America's Culture War*, New York: Free Press, 1994

⁷ « Les sociétés semblent être sujettes, au fil du temps, à des périodes de panique morale. Une condition, un épisode, une personne ou un groupe de personnes émergent pour être définis comme une menace pour les valeurs et intérêts d'une société; leur nature est présentée dans un style stéréotypé et tendance par les médias de masse; des barricades morales sont érigées par les éditeurs, les prêtres, les politiques et les autres détenteurs de la bonne pensée; des experts accrédités socialement se prononcent et émettent diagnostics et solutions; les manières de s'en défaire sont évoluées ou (le plus souvent) sensées l'être; la condition disparaît, submerge ou se détériore et devient plus visible. » Cohen (Stanley), *Folk devils and moral panics*, Routledge, 2002, 3ème édition, p. 1 Notre traduction

⁸ Olivier Mauco, dir., *Jeux vidéo et Discours : violence, addiction, régulation*, Quaderni 67, automne 2008, éditions MSH, www.journals.openedition.org/quaderni/183

⁹ Becker (Howard S.), *Outsiders*, Paris : Métailié, 1985, p 176 : « l'une des conséquences majeures d'une croisade victorieuse, c'est bien sûr l'instauration d'une nouvelle loi ou d'un nouvel ensemble législatif et réglementaire, généralement accompagné d'un appareil adéquat pour faire appliquer les mesures. » p. 176

¹⁰ Dobry (Michel), *Sociologie des crises politiques*, 3e édition, Paris, Les Presses de Sciences Po, 2009

virulent alors que la presse connaît une crise économique avec le passage au tout numérique.

4. Les conditions de travail parfois difficiles dans certains studios, avec des grèves ou des mouvements sociaux comme les EA spouses (2004) ou plus tard la condamnation du crunch chez Rockstar à la sortie de « Red Dead Redemption 2 », qui réintroduisent du réel dans le monde de la production. En creux, la condamnation de l'argument du métier passion entraîne en retour de bâton une condamnation de jeux sans passion par certains groupes de joueurs.

Ces quatre thèmes sont des points d'achoppement majeurs de la crise à venir, car ils vont servir de passage à l'invasion des entrepreneurs de morale.

LE GAMERGATE : POINT DE CONVERGENCE DES PROBLÉMATIQUES ET INDIVIDUALISATION DES ENTREPRISES DE MORALE

L'épisode du gamergate traduit une évolution des croisades morales. Jusqu'alors détenue par des entrepreneurs de morale institués en association, nous assistons à une individualisation de ces pratiques et à l'émergence d'une figure de l'auto-entrepreneur de morale.

Le Gamergate est une séquence médiatique en ligne de définition de ce que doit être le jeu vidéo ayant marqué le monde du jeu vidéo de part la violence des campagnes de harcèlement en ligne et la convergence de thématiques jusqu'alors adjacentes.

Le mouvement commence au mois d'août 2014 avec trois faits notables :

— Premièrement, un « revenge post » allume l'incendie : Eron Gjoni, l'ex-petit ami de la développeuse de jeux vidéo Zoë Quinn, publie un article sur son blog accusant Quinn d'avoir eu une relation immorale avec le journaliste Nathan Grayson.

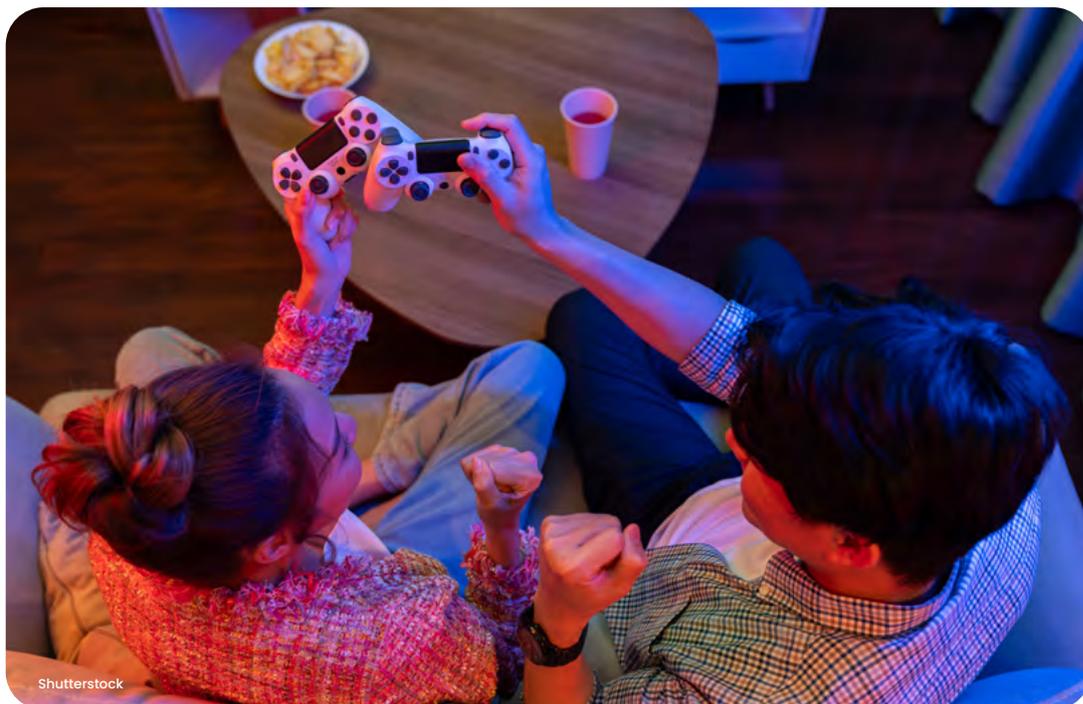
— Deuxièmement, la visibilité est assurée par la création du hashtag #Gamergate. Ses utilisateurs accusent Quinn sans preuve et lancent une campagne de harcèlement contre

elle et d'autres femmes de l'industrie, incluant des menaces de viol et de mort.

— Troisièmement, le harcèlement s'étend à d'autres femmes. La critique des médias féministe Anita Sarkeesian et la développeuse Brianna Wu deviennent également des cibles de harcèlement.

Le traitement sur les réseaux sociaux est assez révélateur de la cristallisation de la condamnation autour des figures féminines de l'industrie. La relation adultérine entre Quinn et Grayson se traduit par [un déséquilibre de condamnation des tweets](#) : 10 000 posts interpellent Quinn contre 732 contre Grayson. La campagne est menée par un groupe de moins de 500 personnes, produisant [plus de la moitié des conversations agrégées](#) autour du #Gamergate. Pour autant le volume reste trois fois inférieur à celui qui est émis autour du jeu « World of Warcraft », et n'engage que 0,4% de la population gamer. Cet épisode révèle enfin [l'effet de surengagement d'utilisateurs déjà engagés](#) sur X, et une faible conversion des autres : il n'a mobilisé que ceux qui étaient déjà mobilisés. Le problème de la déontologie journalistique n'apparaît pas avec les accusations – Grayson aurait favorisé Quinn pour des reviews et l'obtention de récompenses. Il faut attendre le traitement par les médias spécialisés et grand public pour que la controverse s'étende et devienne une guerre culturelle sur la diversité des représentations, la reconnaissance des artistes et la critique sociale des jeux vidéo. Plusieurs sites de jeux vidéo modifient leurs codes éthiques en réponse aux accusations de défaut de déontologie.

Cet épisode pose alors des questions qui ne cessent d'animer les mondes du jeu vidéo. Un jeu vidéo peut-il traiter du réel ? Quelles sont les représentations véhiculées dans les jeux vidéo et est-il de la responsabilité des créateurs de façonner des images de la société politiquement engagées ? Est-ce que la volonté de sortir la politique du monde du jeu vidéo n'est pas une volonté au contraire de perpétuer une politique conservatrice ? Comment parler de jeu vidéo, notamment comme professionnels dans un écosystème où le débat sur les plateformes est structuré par les influenceurs gatekeepers ? Ces questions animent une partie minoritaire de la communauté de joueurs, mais comme nous allons le constater ces récits vont être sur-publicisés.



PRINCIPAUX RÉCITS: INTRODUCTION À L'ÉTUDE ACTUELLE

Thématiques des jeux, gameplay et représentation des personnages, déontologie et traitement journalistique sont trois thèmes qui ont pu converger avec le Gamergate, posant les fondements des batailles autour du contrôle de la pureté, et plus particulièrement d'une image idéale typique du jeu vidéo.

— Idéal de pureté par exclusion : du jeu (conçu comme un cercle magique qui doit exclure la politique), du joueur (hardcore contre les autres), des contenus (prégamer gate).

— idéal de pureté par valorisation : homogénéité des personnages, non hétérogénéité, division genrée du travail social.

— Autocratie éclairée vs. démocratie : le savoir n'est détenu que par quelques uns, structures sociales non fluides avec des assignations de rôle, unicité vs. pluralisme, performance jusqu'au boutiste.

— Ces considérations sont transposées et lues au niveau de l'économie familiale : assignation des rôles, tradition gamer et tradition du couple.

— Le jeu vidéo est ainsi un sujet offrant les possibilités d'une production d'indignation.

Comme dans les décennies 1990 et 2000, où il a été constaté que les condamnations du jeu vidéo sont avant tout des conséquences collatérales d'autres luttes politiques, les actuelles condamnations sont des dérivées de batailles politiques et morales plus larges.

À la différence des précédentes décennies, les critiques se font de l'intérieur du champ et plus particulièrement d'influenceurs – car le gaming constitue de facto un thème de structuration d'audience de youtubeurs et streamers. Ces influenceurs gaming portent leurs charges au prisme de leur vision du monde, comme la presse généraliste le faisait auparavant.

Au travers des polémiques de l'année 2024, nous allons faire une première radioscopie de l'état des controverses avec une attention toute particulière sur la circulation des discours et l'engagement qu'ils produisent.

MÉTHODOLOGIE

Le corpus retenu concerne des jeux qui ont fait l'objet de batailles culturelles importantes essentiellement en 2023 - 2024. De l'ensemble des polémiques, nous avons retenu cinq cas selon le thème, les modalités des affrontements, et enfin les parties en présence. Nous avons porté notre attention sur ce qui s'est dit en ligne plus que sur les contenus des jeux, avec une attention sur les polémiques et affrontements idéologiques, moraux et politiques.

Seront ainsi analysés, les discours autour de jeux récemment sortis ou dont la date de sortie est proche :

- **Cas pratique #1** : « Stellar Blade »
- **Cas pratique #2** :
« Black Myth: Wukong »
- **Cas pratique #3** :
« Assassin's Creed Shadows »
- **Cas pratique #4** :
« Dragon Age: The Veilguard »
- **Cas pratique #5** : « Helldivers 2 »

Les données analysées ont été extraites via l'outil de veille et d'analyse de données Talkwalker. Elles sont issues de différentes plateformes, l'origine des données étant précisée dans les graphiques présentés : X, YouTube, forums (dont « Reddit »), blogs et presse en ligne. Pour chaque cas traité, les données ont été extraites sur la base d'une analyse sémantique, reposant sur des associations de mots clés sélectionnés.

Les études ont notamment porté sur une liste de critères d'analyse et d'objectivation :

- Le nombre de publications se rapportant au cas traité.
- Le nombre d'engagements (likes, partages, commentaires) générés par ces publications sur les réseaux sociaux, les blogs, les forums et la presse en ligne.
- Le sentiment exprimé par les utilisateurs (positif ou négatif).
- Les utilisateurs ayant généré le plus d'engagements sur leur publications, tels qu'un

certain nombre d'« influenceurs ».

À ces critères de classification, s'ajoute une analyse sémantique des principales publications, classées par engagements suscité, au sein des différents sujets étudiés. Cette analyse vise à déterminer les principaux sujets de discussions autour d'un jeu vidéo donné et les grandes dynamiques conversationnelles.

Les analyses ont ainsi porté sur les vecteurs de l'information : par quel canal transite-t-elle ? Qui la relaie ? Cette approche permet ainsi de déterminer, si controverse il y a, par quelle(s) sphère(s) elle est portée et si elle trouve un écho, voire une amplification, au sein du débat public au-delà de la seule sphère de la communauté des joueurs.



Ghost of Tsushima, Sucker Punch, filiale de Sony



Cas pratiques



✕
 Évolution des mentions digitales des 13 derniers mois sur la sexualisation de Stellar Blade

des profils comme [LearningTheLaw](#) (2,8K engagements) ou encore [ClownsWorldMan](#) (255 engagements). Des débats sur les forums de [Reddit](#) et [JeuxVideo.com](#) émergent entre les utilisateurs prônant le respect des choix artistiques des créateurs et la liberté d'expression dans le design des personnages, et ceux plaçant pour une représentation plus diversifiée dans les jeux, notamment des personnages féminins, et des effets de l'hypersexualisation des jeux.

ludique. D'un côté, certains considèrent les reproches adressés au jeu comme un excès de « culture de l'indignation » et un exemple de politiquement correct démesuré. De l'autre, des voix défendent ces critiques, y voyant une nécessité pour promouvoir une représentation plus respectueuse et inclusive des femmes dans le média vidéoludique.

Face à la polémique, la position du studio coréen Shift Up, qui avait pourtant assumé dans un premier temps son droit à la création dans le physique de son héroïne, évolue fin avril :

ÉVOLUTION DES MENTIONS DIGITALES DES 13 DERNIERS MOIS SUR LA SEXUALISATION DE STELLAR BLADE

En avril 2024, lors de la sortie internationale du jeu, les critiques s'intensifient : des médias critiquent ainsi l'hypersexualisation des personnages féminins des développeurs asiatiques comme dans « Stellar Blade » comme la [RTBF](#) ou encore par le [media IGN](#) qui voit dans le personnage d'Eve « une poupée sexualisée par quelqu'un qui n'a jamais vu une femme. » Des points de vue qui vont provoquer de vives réactions de communautés de joueurs, comme Mark Kern, concepteur reconnu de jeu vidéo qui publie [un post sur X](#) (8,4K engagements) à ce sujet via son pseudo « Grummz », ou encore le compte YouTube « Rev says desu » qui publie [une vidéo](#) auprès de ses 706k abonnés. Ces critiques mettent en lumière un clivage profond au sein de la communauté vidéo-



des joueurs constatent la diffusion d'un patch correctif modifiant les tenues d'Eve la rendant légèrement moins sexy. Des communautés de gamers vont alors dénoncer une censure du jeu avec des posts publiés sur X par des profils comme « Grummz » (3,5k engagement sur son post), obligeant les responsables du jeu à se justifier.

UN RÉVÉLATEUR DES FRACTURES CULTURELLES ENTRE L'ASIE ET L'OCCIDENT

Ces controverses autour de « Stellar Blade » révèlent des divergences géopolitiques et culturelles marquées dans les perceptions de la représentation féminine dans les jeux vidéo. Aux États-Unis et en Europe, les critiques se sont cristallisées autour de la sexualisation d'Eve, l'héroïne du jeu, alimentées par des discussions sur les plateformes comme Twitter, Reddit, ou des forums spécialisés. Ces critiques proviennent souvent de cercles progressistes, féministes ou liés au mouvement « woke », qui dénoncent les tropes sexistes, estimant qu'ils perpétuent des stéréotypes dépassés et aliènent certains publics. Ces groupes militent pour une meilleure diversité et nuance dans les représentations féminines, intégrant cette polémique dans des débats plus larges sur la

place des femmes dans la culture populaire.

Parmi les figures influentes, des créateurs de contenu sur YouTube comme « The Act Man », reconnu pour ses analyses sur le sexisme dans l'industrie, ont généré des discussions avec des vidéos dépassant 900 000 vues. À l'opposé, des personnalités comme « ENDYMIONtv », adoptant une posture critique envers les mouvements progressistes, ont mobilisé un public polarisé en dénonçant les « woke feminists ». Ces communautés s'organisent autour de thématiques clivantes : les joueurs mainstream débattent de la liberté artistique et des stéréotypes genrés, tandis que les militants féministes et LGBTQIA+ demandent une plus grande diversité. Par ailleurs, des groupes sceptiques face aux évolutions progressistes, souvent qualifiés d'« anti-woke », rejettent ce qu'ils perçoivent comme une politisation excessive du médium. Géographiquement, la polémique est surtout marquée en Amérique du Nord et en Europe, où les critiques s'inscrivent dans des débats sociétaux plus larges.

En revanche, en Asie, et particulièrement en Corée du Sud, où « Stellar Blade » a été développé, ces critiques ont été beaucoup plus marginales. Le design d'Eve y est perçu comme une expression légitime d'une esthétique influencée par la culture manga/animé et les codes artistiques locaux. Dans ces régions, la sexualisation des

△ Principaux influenceurs traitant des polémiques sur Stellar Blade

Influenceur	Réseau	Publications	Portée	Portée par mention	Engagement	Engagement par mention
The Act Man http://www.youtube.com/	YouTube	1	907.2K	907.2K	42.7K	42.7K
ByMiguel ΔOX @ByMiguel18_	Twitter	2	2.9K	1.4K	35.8K	17.9K
ENDYMIONtv http://www.youtube.com/	YouTube	2	452.9K	226.4K	29.6K	14.8K
LearningTheLaw @Mangafawyer	Twitter	6	77.5K	12.9K	24.4K	4.1K
Pirat_Nation @Pirat_Nation	Twitter	1	117.1K	117.1K	14.8K	14.8K
Black Maya @flakogarcia09	Twitter	1	717	717	11.1K	11.1K
Kay @Kaybearmomma	Twitter	1	1.2K	1.2K	8.4K	8.4K
Perma Banned @GiveMeBanHammer	Twitter	2	36.7K	18.3K	8.3K	4.2K
YellowFlash 2 http://www.youtube.com/	YouTube	1	70.5K	70.5K	6K	6K
Kung Fu Man @KungFuMan316	Twitter	5	20.1K	4K	5.1K	1K



personnages féminins est souvent considérée comme une forme d'art et de divertissement, et non comme un sujet de controverse sociale. Les fans asiatiques, ainsi que les communautés internationales attachées à ce style visuel, ont défendu le jeu en dénonçant une « censure » perçue comme une ingérence occidentale dans des choix artistiques légitimes. Un clivage qui a mis en lumière des différences fondamentales dans les attentes culturelles vis-à-vis des œuvres vidéoludiques.

Des communautés plus conservatrices ou anti-woke, principalement aux États-Unis et en Europe, ont utilisé la polémique pour dénoncer ce qu'ils perçoivent comme une « surcorrection » ou une atteinte à la liberté créative au nom du

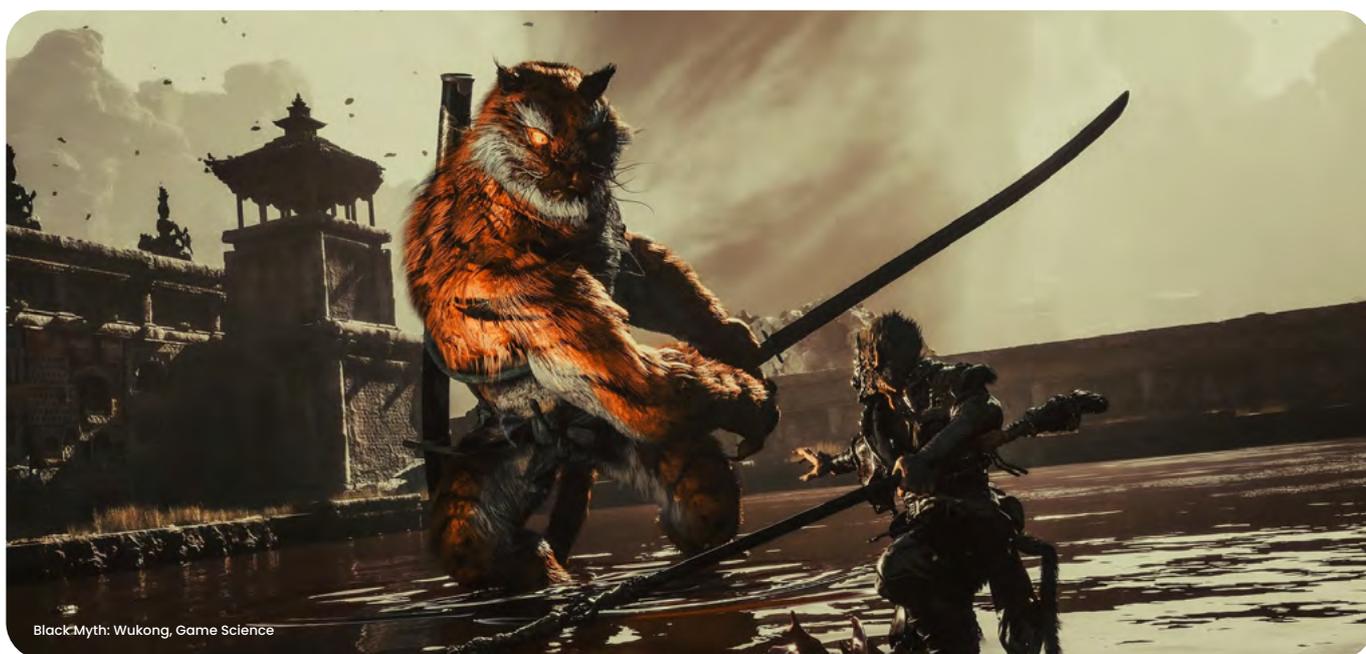
politiquement correct. Ces voix, souvent très actives sur des réseaux comme X et YouTube, critiquent les débats sur la représentation comme une ingérence nuisible dans les industries culturelles.

Ces débats ont illustré les tensions entre des sensibilités culturelles différentes. Les marchés nord-américain et européen, dominants dans l'industrie, exercent une pression croissante sur les créateurs pour qu'ils répondent à des normes sociales et culturelles en mutation. En réponse, les studios asiatiques doivent jongler entre l'affirmation de leur identité culturelle et les attentes des consommateurs occidentaux.

CAS PRATIQUE #2

« Black Myth Wukong » : une leçon de soft power : quand la mythologie chinoise devient modèle pour les conservateurs américains

RPG ACTION AVENTURE / ÉDITEUR : GAME SCIENCE
DATE DE SORTIE : 20 AOÛT 2024

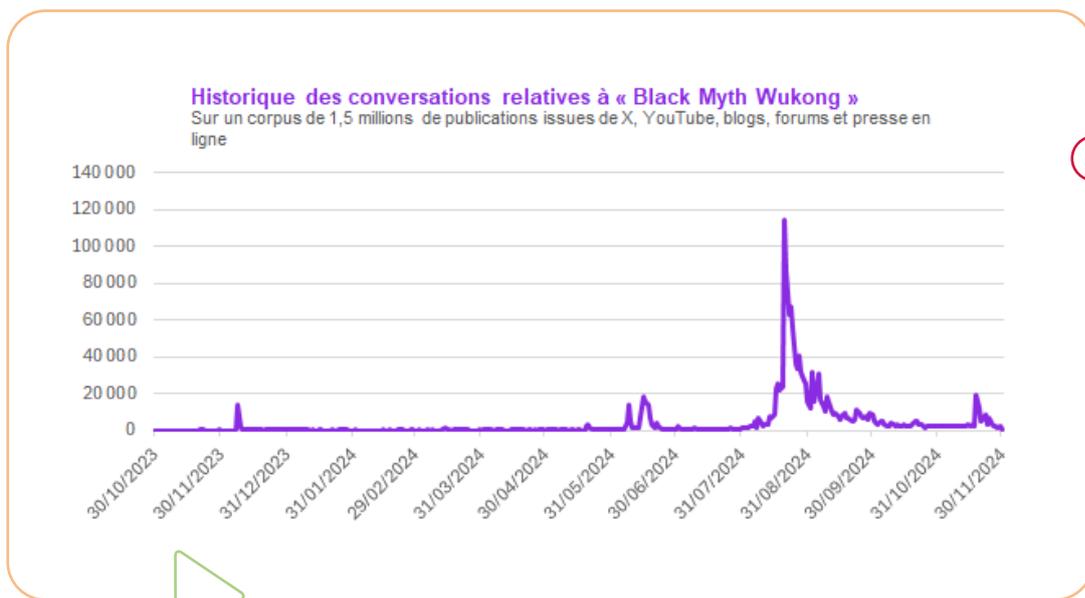


« Black Myth: Wukong » est le premier jeu du studio chinois Game Science, inspiré du roman *La pérégrination vers l'Ouest*, écrit par l'auteur Wu Cheng'en au XVI^e siècle. Ce roman, désigné comme l'un des « quatre livres extraordinaires » de la littérature chinoise, se déroule dans un VIII^e siècle mythologique, empreint de bouddhisme, taoïsme et récits folkloriques chinois, et est l'un des plus importants de la culture asiatique. Il narre le périple du moine Xuanzang accompagné d'une escorte fantastique, dont fait partie

Sun Wukong, un singe immortel, protagoniste principal du jeu vidéo « Black Myth: Wukong ».

Considéré comme le premier véritable jeu AAA chinois (qui désigne les productions à haut budget), ce titre représente une avancée importante pour l'industrie du jeu vidéo dans l'Empire du Milieu, plus habitué au développement de jeux mobiles, certes lucratifs, mais dont la portée culturelle est faible. Ce changement de paradigme est illustré par Tencent, grand groupe spécialiste des services Internet et

✕
Évolution des mentions digitales des 6 derniers mois sur Black Myth: Wukong



numéro un mondial des jeux vidéo, qui a lui-même longtemps privilégié le développement de jeux pour mobiles. Le groupe a désormais des participations dans les plus grands studios du monde et a investi dans Game Science en 2021.

UNE POLÉMIQUE ISSUE DU STUDIO ET DE SES PRATIQUES PLUS QUE DU JEU ?

Les débuts du jeu ont cependant été entachés par plusieurs polémiques. Le coéditeur du jeu, l'entreprise Hero Games, a envoyé aux créateurs de contenus et vidéastes live (présents principalement sur les plateformes YouTube et Twitch), une liste d'instructions à suivre en même temps qu'une clé permettant de jouer au jeu gratuitement. Ce phénomène courant permet à ces influenceurs d'alimenter leur communauté avec de nouveaux contenus, et aux studios de développer de faire de la publicité et de générer du bouche à oreille à moindre coût. Cependant, cette fois-ci, les instructions accompagnant le jeu ont été vivement critiquées. Dans la liste des choses à faire, une seule recommandation : « profiter du jeu ». Mais dans la seconde, les instructions sont plus détaillées. Il est ainsi demandé aux streamers de ne pas parler de politique, violence, nudité ou... de « propagande féministe ». Il est également recommandé de ne pas utiliser des mots polarisants comme « quarantaine », « isolations », ou « Covid-19 ». Enfin, le document conclut en

demandant de ne pas mentionner la politique chinoise, notamment en matière de jeu vidéo.

Il est difficile de savoir si ces instructions, habituelles en Chine, mais maladroitement envoyées au public occidental, relèvent d'exigences du pays ou du Parti communiste, ou d'une forme de protection du studio contre tout retour que les autorités pourraient leur faire en cas de contenu déplaisant sur les plateformes de vidéo étrangères. La demande spécifique sur « la propagande féministe » fait aussi écho à une enquête du média spécialisé IGN, qui avait mis en lumière, quelques mois avant la sortie du jeu, [des problèmes de sexisme au sein du studio](#), notamment des remarques obscènes et misogynes faites à l'encontre des femmes par plusieurs membres du personnel de l'entreprise sur les réseaux sociaux.

En réaction, plusieurs influenceurs étrangers ont refusé de parler

DO'S

- Enjoy the game!

DON'T

- Do NOT insult other influencers or players.
- Do NOT use any offensive language/humor.
- Do NOT include politics, violence, nudity, feminist propaganda, fetishization, and other content that instigates negative discourse.
- Do NOT use trigger words such as 'quarantine' or 'isolation' or 'COVID-19'.
- Do NOT discuss content related to China's game industry policies, opinions, news, etc.

de ou de faire la promotion du jeu, et de nombreux sites spécialisés se sont insurgés contre ces instructions. D'autres critiques sont allés plus loin, en dénonçant **le manque de diversité et d'inclusivité** au sein même du jeu. Manque qui, selon des commentateurs, résonne avec les déclarations misogynes qui auraient été faites par les développeurs et qui s'inscrivent dans le milieu typique des joueurs « boys will be boys » qui a dominé la culture gaming en Occident avant la dernière décennie.

Face aux détracteurs, on retrouve une influente communauté « conservatrice », pour laquelle cette levée de boucliers de la part de médias et d'influenceurs désignés « de gauche » est un signe de validation pour le jeu chinois. Le succès de « Black Myth: Wukong » serait dès lors un emblème de la consécration du bien fondé de leur combat contre le « wokisme ». Le média en ligné **Vox** précise que les fans du titre chinois qui utilisent le jeu pour dénoncer le progressisme ne sont pas nécessairement favorables à la culture chinoise, mais l'exploitent plutôt comme un prétexte pour attaquer d'autres titres à la politique de représentation différente. Très justement, le média souligne que les polémiques autour de « Black Myth: Wukong » ont peu à voir avec le jeu lui-même, mais sont plutôt des « méta-arguments » pour justifier une position critique.

En effet, lorsque l'on étudie les mentions du jeu « Black Myth: Wukong » sur les réseaux sociaux pendant les 6 derniers mois, on constate une très forte hausse des publications au moment de la sortie du jeu, et certains pics de discussions autour des différentes polémiques qui ont précédé ou suivi sa sortie (1,4 millions de mentions au total). Parmi les influenceurs les plus importants gravitant autour du jeu, on retrouve les mêmes personnalités habituées à critiquer les titres occidentaux jugés « woke » ou les politiques de diversité des studios et médias. Sur X (ex-Twitter) YouTube et Reddit, les comptes comme @Grummz, @Mangalawyer, Asmongold TV ou @Pirat_Nation sont parmi les plus importants dans la création et le relai des narratifs opposés au « progressisme » dans le jeu vidéo. Sans surprise, ils figurent également parmi les plus présents autour des différents débats sur le jeu chinois. Faisant l'éloge du jeu, ils se servent aussi des polémiques pour **antagoniser la presse spécialisée**, qui aurait lancé une cabale injustifiée contre le studio,

allant selon eux jusqu'à mentir et **manipuler les votes**, en vue de la très attendue « **élection du jeu de l'année** ».

Le jeu chinois est également exploité par cette communauté pour comparer et attaquer les entreprises occidentales à l'image d'**Ubisoft** face auxquelles ils mènent un combat depuis plusieurs années. La thématique du féminisme est largement mise en avant. Certaines publications présentent les femmes qui ont prêté leur visage et leur voix à « Black Myth: Wukong », **louant leur beauté**, et les comparant avec des personnages féminins « enlaidis » selon eux par les studios occidentaux.

The screenshot shows a social media thread with the following content:

- Post 1:** User @Mangalawyer titled "Black Myth: Wukong vs Star Wars Outlaws: After hundreds of examples within the gaming industry, we can now assure you without a shred of doubt that Western AAA companies are intentionally making beautiful female models ugly in their games. They know but it will never be admitted". It includes a grid of 8 images comparing female characters from various games.
- Post 2:** User @Grummz titled "Everyone is talking about ScreenRant's slanted review of Wukong. Here's what happened with the infamous @screenrant review of Black Myth: Wukong after they gave it a 6/10 for not being DIVERSE ENOUGH." It includes a screenshot of a ScreenRant review for Black Myth: Wukong. The review lists:
 - Pros:**
 - Combat is fluid and fun
 - Cinematography can be breathtaking at times
 - Great diversity in items and mechanics
 - Cons:**
 - Some performance is unpolished
 - Lacking in inclusivity and diversity
 - Someplay becomes repetitive over time

UN SUCCÈS COMMERCIAL MAJEUR QUI QUESTIONNE SUR L'INFLUENCE DES CONTROVERSES AUPRÈS DES CONSOMMATEURS

Cette polémique n'a cependant pas entaché les ventes du jeu, qui a battu le record du titre solo le plus joué en simultané sur la plateforme de jeu PC Steam. Cumulant 20 millions de ventes, et prêt d'un milliard de dollars de revenus depuis sa sortie, il s'agit d'un des plus grands succès commerciaux de l'année 2024, dépassant des studios occidentaux aux moyens bien plus importants. Ce lancement exceptionnel est en grande partie tiré par les joueurs chinois. Quelques jours après la sortie, 88% des ventes provenaient de la Chine, selon l'agence de veille du secteur du jeu vidéo [GameDiscoverCo](#).

C'est le constat général autour de la polémique de « Black Myth: Wukong ». La grande majorité de joueurs n'ont pas semblé se préoccuper des alertes et critiques émises par les influenceurs progressistes, et la majorité de la presse spécialisée. En fait, le fossé s'est creusé entre les joueurs et les médias qui couvrent l'industrie. Il a éclaté avec le Gamergate en 2014 et s'est [prolongé dans le discours actuel](#).

Il semble également que les consignes de la Chine de ne pas parler de politique, notamment dans leurs productions culturelles, s'alignent sur le sentiment de nombreux jeunes joueurs d'aujourd'hui. Sentiment particulièrement vrai pour les jeunes hommes, qui dominent encore une grande partie du marché des jeux vidéo consoles et PC. Les différentes critiques sur le manque d'inclusivité du jeu chinois par la presse spécialisée, à l'image de [Screen Rant](#), ont été largement ignorées, voire moquées.

EN CHINE, RÉJOUISSANCE OBLIGATOIRE, POLÉMIQUE SUPPRIMÉE

Côté chinois, le discours est tout autre. L'agence de presse d'État Xinhua [s'est félicitée de la percée d'un jeu national](#) dans un monde dominé par l'Occident et le Japon, où la langue par défaut d'un jeu AAA est pour la première fois le chinois. D'autres médias chinois y voient « une étape importante dans l'expansion de la culture chinoise à l'étranger », et vantent l'explosion du tourisme dans les lieux historiques présentés dans le jeu. Cette exaltation patriotique doit cependant être nuancée, car le succès du jeu repose sur des ventes à près de 80% en provenance de Chine.

Les médias d'État chinois ont également réagi aux articles mettant l'accent sur la controverse de lancement du jeu, accusant les médias occidentaux [d'utiliser le jeu pour attaquer la Chine](#). Rhétorique classique en Chine, le média Global Times fustige la stratégie occidentale de « politiser chaque réussite chinoise », et « d'accuser à tort la Chine de censure pour atténuer la perception internationale du pays ». En parlant

Influenceur	Réseau	Publications	Portée	Portée par mention	Engagement ↓	Engagement par mention
CGTN http://www.facebook.com/		12	124.5M	10.4M	887.2K	73.9K
LearningTheLaw @Mangalawyer		39	990.1K	25.4K	433.8K	11.1K
Dexerto @Dexerto		25	23.9M	955.1K	426.8K	17.1K
Hamster Kombat http://www.youtube.com/		1	4.7M	4.7M	400.1K	400.1K
Grummz @Grummz		70	13.4M	190.9K	395.6K	5.7K
theRadBrad http://www.youtube.com/		16	13.6M	848.8K	355.1K	22.2K
Black Myth: Wukong @BlackMythGame		340	47.2M	138.7K	269.8K	793.7
Asmongold TV http://www.youtube.com/		14	10.5M	752.4K	260.9K	18.6K
penguinz0 http://www.youtube.com/		4	9.5M	2.4M	244.9K	61.2K
FaZe Jev http://www.youtube.com/		8	5.6M	695.2K	242.9K	30.4K
JorRaptor http://www.youtube.com/		40	8.9M	222.5K	237.7K	5.9K
gameranx http://www.youtube.com/		11	8.7M	793K	231.8K	21.1K

de censure, la plateforme Weibo (équivalent de X) [a supprimé tous les messages et comptes parlant ou alimentant les polémiques autour du jeu](#), les qualifiants d'irrationnels.

Weibo cleans up irrational comments related to 'Black Myth: Wukong,' suspending 138 accounts

By Global Times
Published: Aug 22, 2024 05:04 PM

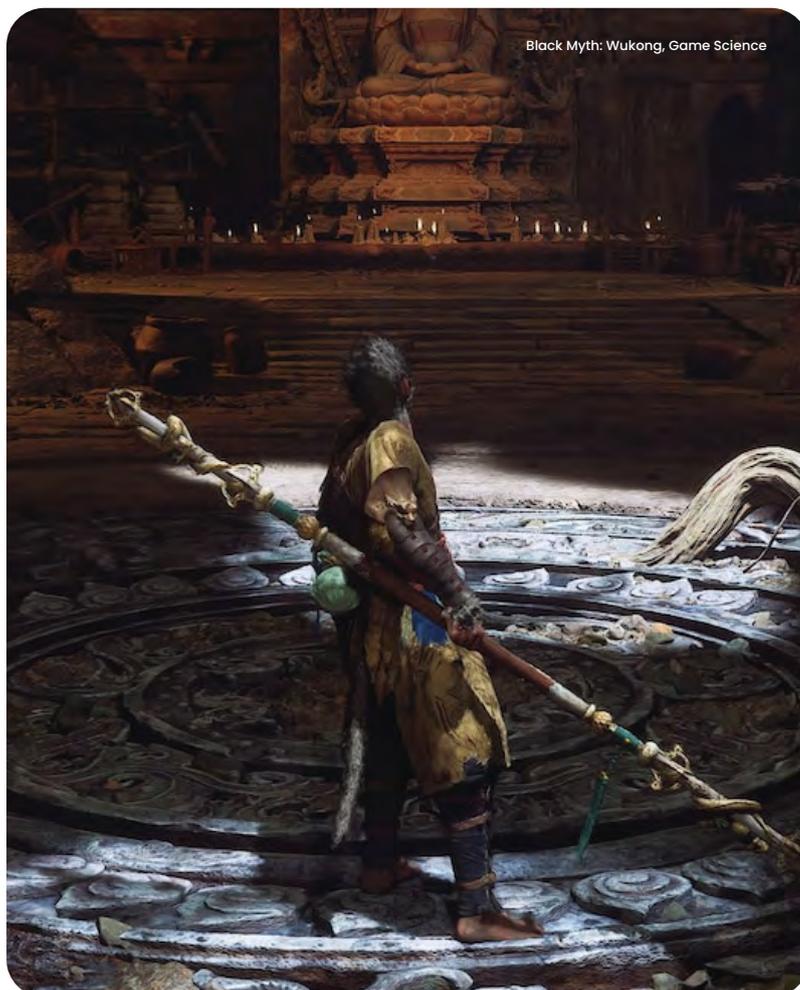


le Japon ou la Corée. Parler à une certaine partie des joueurs ? Pourquoi pas. Le sentiment d'une partie de la jeunesse occidentale conservatrice d'être seule face à un système médiatique ou politique « acquis au progressisme et gangrené par celui-ci » pourrait bien être en adéquation avec les valeurs poussées par la Chine chez elle et à l'étranger. Là-bas, pas de politique de diversité, de mouvements féministes visibles, de débats sur l'orientation sexuelle ou la représentation des genres. De même, le leitmotiv chinois qui prétend ne pas inclure de messages politiques dans ses productions culturelles résonne assez bien avec une grande partie des joueurs, désabusés par la surenchère de polémiques dans l'industrie. Si les futurs jeux vidéo chinois à gros budget sont à cette image, ils ont dès à présent un public étranger. Et après le succès financier et culturel du roi des singes Sun Wukong, pourquoi se priver de renouveler l'expérience ?

Dans un pays où le jeu vidéo a souvent été perçu de façon négative par les autorités, qui ont mis en place des lois de restriction pour les mineurs, des limitation de licences accordés aux jeux étrangers, cette polémique met de nouveau en lumière le rapport conflictuel entre le pouvoir, l'industrie et les joueurs. Un autre [projet de loi interdisant certaines thématiques](#), a récemment vu le jour en Chine. Impossible, par exemple, d'introduire des éléments s'opposant aux principes fondamentaux de la Constitution chinoise, mettant en danger l'unité nationale ou la culture du pays. Cette loi envisage également de faire du jeu vidéo un moyen d'influence de la Chine à l'international. Les développeurs de jeu sont ainsi enjoins de développer une culture socialiste et de transmettre l'excellence de la culture chinoise.

UNE OUVERTURE POUR LE SOFT POWER CULTUREL CHINOIS ?

La Chine viendrait-elle de comprendre comment exporter sa culture et une forme de soft power ? En produisant des biens culturels de qualité ? Elle sait déjà le faire. Mais le ton et le narratif ont du mal à parler à un public qui peut y voir une tentative maladroite de copier

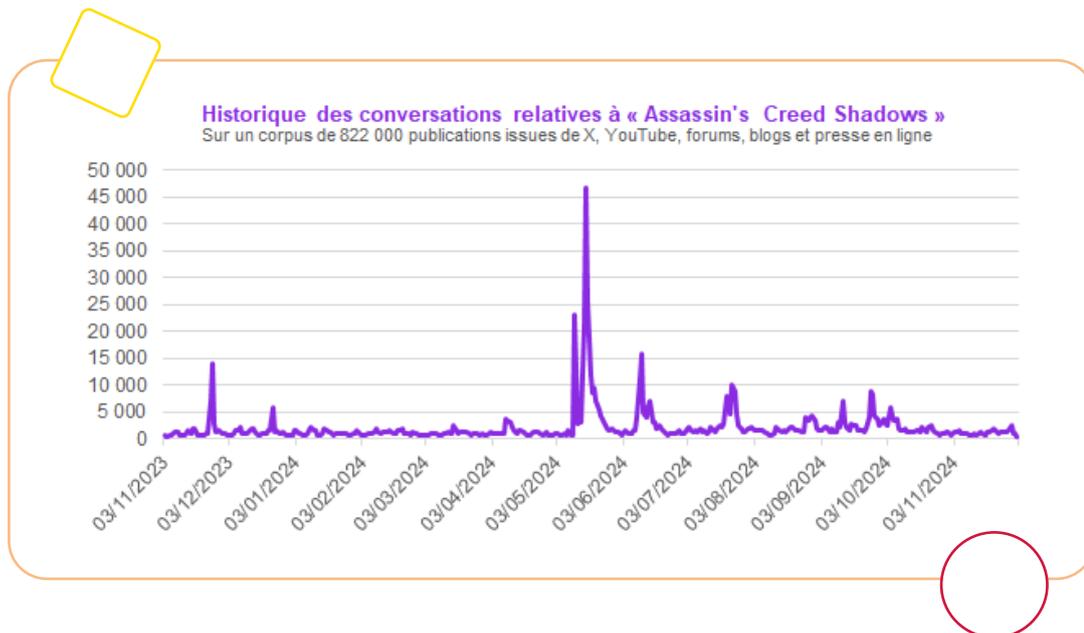




CAS PRATIQUE #3

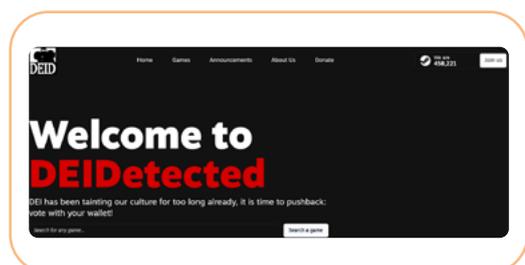
« Assassin's Creed: Shadows » : Yasuke face à une croisade morale américaine conservatrice et une politisation japonaise

RPG ACTION AVENTURE / ÉDITEUR: UBISOFT / DATE DE SORTIE: 14 FÉVRIER 2025



Le 16 mai 2024, lors de la sortie trailer du jeu AC Shadows, les polémiques s'intensifient et le cours en bourse de l'entreprise chute. Beaucoup d'influenceurs émettent des critiques fortes dans des publications X contre la bande annonce du jeu et contre l'entreprise française. A ce moment-là, les communautés anti-woke vont profiter de la polémique pour mettre en avant leur agenda idéologique. On retrouve des profils comme [Grummz](#), compte pro-Trump, ou encore le compte [YouTube](#) EndymionTV, qui a publié une vidéo auprès de ses 306k abonnés. Ces critiques mettent en lumière un clivage profond au sein de la communauté vidéoludique. D'un côté, certains y voient la nuisance du DEI et du « wokisme » qui serait en train de tuer l'industrie du jeu vidéo. De l'autre, des voix défendent le jeu.

Cette communauté d'influenceurs, que l'on appellera « anti-DEI », se montre particulièrement pour « débusquer » des personnages [inclusifs dans les jeux vidéos](#), délaissant d'autres aspects comme le gameplay, le scénario et autres critères. Une plateforme dédiée, [DEIDetected](#) a même été créée à cette occasion.



UNE COMMUNAUTÉ ANTI-DEI MOBILISÉE SUR DES CRITÈRES « OUT-GAME »

Ces controverses autour d'« Assassin's Creed : Shadows » révèlent des divergences sociétales fortes, faisant du jeu vidéo, le prolongement du gamersgate de 2014. La sphère anglophone fonde une grande partie de ses critiques sur la proximité entre Ubisoft et l'entreprise Sweet Baby Inc, entreprise de conseil inclusif dans le jeu vidéo. Ce type de critique, provenant souvent de cercles trumpistes et conservateurs, cible ses attaques sur la question du recrutement sur la base des critères d'inclusivité. Pour cette communauté, le boycott des jeux est un recours légitime pour inciter les joueurs à « voter avec à leur porte-monnaie ».

Les principaux comptes qui créent les contenus hostiles à Yasuke et à « Assassin's Creed : Shadows » fonctionnent au sein d'un réseau « anti-woke ». Une partie d'entre eux sont issus de l'industrie vidéoludique, comme Grummz et TinkererYorch, ou influents dans cet espace (Mangalawyer). D'autres relèvent d'un réseau de micro-médias et de marketing influenceur, comme The Park Place ou Bounding into Comics.

Ces comptes créent des contenus hostiles au jeu et à l'entreprise qui l'a créé, ils attaquent les internautes qui prennent position en faveur du jeu et ils relaient tous les types de contenus négatifs qu'ils identifient hors de leur sphère. Les principaux détracteurs du titre d'Ubisoft déclarent disposer de contacts au sein de l'en-



INFLUENCEURS

Influenceur	Réseau	Publications	Portée	Portée par mention	Engagement ↓	Engagement par mention
Asmongold Clips http://www.youtube.com/	YouTube	32	29.8M	930.5K	1M	32.6K
ENDYMIONtv http://www.youtube.com/	YouTube	49	8.7M	177K	644.3K	13.1K
Grummz @Grummz	Twitter	66	12.2M	184.3K	439.9K	6.7K
theRadBrad http://www.youtube.com/	YouTube	33	14M	425.1K	283.3K	8.6K
SKizzle http://www.youtube.com/	YouTube	204	6.1M	29.9K	254.3K	1.2K
KingMisty http://www.youtube.com/	YouTube	350	7.9M	22.6K	229.2K	655
HecticSherlock Gaming http://www.youtube.com/	YouTube	6	3.7M	618.8K	204.1K	34K
JorRaptor http://www.youtube.com/	YouTube	96	6.3M	65.7K	195K	2K
BigData News http://www.youtube.com/	YouTube	71	2.3M	32.2K	184.4K	2.6K
Arktes http://www.youtube.com/	YouTube	419	5.8M	13.9K	176.9K	422.2

Principaux influenceurs traitant des polémiques sur « Assassin's Creed : Shadows » et « Yasuke »

treprise pour entretenir le sensationnalisme de leurs déclarations. Ces contenus élargissent leurs critiques anti-DEI à des questions économiques (microtransactions dans les jeux), de gameplay et à une recherche de bugs afin d'accroître leur impact négatif.

Autour de ces comptes de création des narratifs, un groupe de 16 chaînes YouTube et 11 profils X amplifient les contenus originels et les diffusent dans leurs propres réseaux. Ces comptes ont connu une forte croissance de leurs abonnés avec la campagne présidentielle américaine.

Nick	Followers	Increase from March until October
SmashJT	14,565	x5.21
Paral_Nation	118,722	x4.81
EndymionTV	20,126	x4.66
pollicolorwake	39,368	x4.07
Vana_Dark	32,654	x3.12
pickler_gif	10,123	x2.88

Nick	Subscribers	Increase from March until October
Doctor Disaster	76,200	x16.44
Minimal Effort Live	10,200	x16.33
Dreadroberts	21,800	x7.39
The Trent Report	9,900	x6.43
SmashJT	78,100	x3.53
Jon Del Amoz	42,200	x2.87

Outre ces principaux utilisateurs, influents et créateurs du narratif conservateur dans le jeu vidéo, de nombreux comptes avec un très haut niveau d'activité et de message concernant Ubisoft ont été identifiés. Ces comptes, non au-

thentiques, publient pour certains d'entre eux, plusieurs centaines de fois les mêmes messages et réponses, en direction d'Ubisoft et de son titre Assassin's Creed. Ils partagent également toujours les mêmes publications des détracteurs les plus influents. Le comportement identique (jusqu'à la bio X) de ces comptes s'apparente à une campagne d'astroturfing (simulation d'un mouvement spontané ou populaire pour influencer l'opinion). une grande partie des comptes qui critiquent Assassin's Creed : Shadows défendent aussi le jeu « Stellar Blade » (voir le cas pratique).

Au total, on retrouve une communauté d'un minimum de 728 comptes fortement interconnectés, qui ne représentent que 0,8% des locuteurs sur le sujet Assassin's Creed : Shadows aux États-Unis mais qui pèsent cependant 22,1% de l'ensemble des retombées. Cette communauté, marginale, fonctionne cependant comme une chambre d'écho particulièrement puissante puisqu'elle génère aussi 16% de de l'activité numérique sur X. Ce niveau de répétitions d'un même message ou des déclinaisons d'un même message est de nature à impacter la perception de l'ensemble de la communauté numérique.

85% des 45 narratifs négatifs qui ont émergé sur Ubisoft et le jeu « Assassin's Creed : Shadows » sur la période d'avril à septembre 2024 sont issus de cette communauté.



Period of Analysis: 01/04/2024 – 15/09/2024. Language: English and French. Location: Global.

6th April: SWO Community Manager is attacking white males.
8th April: Ubisoft, Lucasfilm, and Disney are using bots to deceptively promote SWO.
9th April: SWO trailer looks bad.
9th April: the main character of SWO is unattractive. They hate women.
10th April: SWO is overpriced with a paywall for the Jabba the Hutt mission.
10th April: SWO trailer sparks gamer backlash.
10th April: Ubisoft used bots to promote Star Wars once again.
11th April: Massive gamer backlash over the paywall for Jabba the Hutt mission and dissatisfaction with the character's design.
11th April: Ubisoft is retracting The Crew licenses, implying gamers don't own their games.
22th April: Leaked memo reveals Ubisoft's internal turmoil over failed DEI effort.

May 14th: Leak claims a worker said the story and main character were changed due to DEI.
May 15th: It's senseless not to have a Japanese character as the protagonist.
May 15th: Yasuke was never a Samurai.
May 15th: Ubisoft is editing Wikipedia to support the story of Yasuke.
May 16th: Japanese gamer backlash.
May 16th: Stock prices fall due to negative reaction to the AC trailer.
May 16th: Massive rejection of the AC trailer in Japan; more dislikes than likes.
May 22nd: Yasuke will be portrayed as gay.

June 12th: Compilation of messages reveals Japanese gamer backlash.
June 13th: AC Shadows "Ultimate Editions" merchandise boxes sent to streamers are full of defects.
June 14th: Reddit thread on AssassinsCreed is now banning users.
June 17th: Ubisoft stole the Sekigahara Rifle Corps flag without permission.
June 28th: Ubisoft CEO condemns gamers.
July 1st: A petition on change.org in Japan aims to cancel ACS. Let's share it.
July 7th: Ubisoft only apologizes for stealing the Sekigahara Rifle Corps flag. Gamers' backlash forces them to do it.
July 13th: Thomas Lockey caught changing Wikipedia.

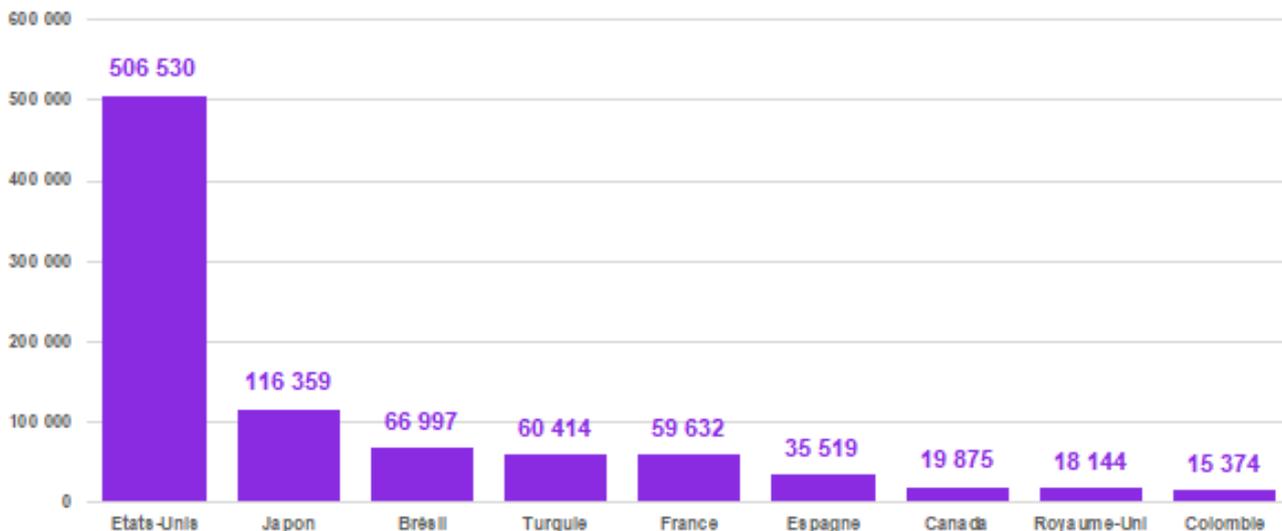
July 13th: Ubisoft steals Zoro's Katana and gives it to Yasuke.
July 19th: Confirmed: Yasuke will be gay.
July 19th: Potential diplomatic conflict as Japanese celebrities and media criticize ACS.
July 21st: Ubisoft apologizes again, admits Yasuke is a lie.
July 21st: Japanese historian claiming Yasuke was a samurai is a communist.
July 27th: Star Wars gameplay looks bad.
July 27th: Gamers roast Star Wars gameplay.
July 28th: Reddit thread on AssassinsCreed is again banning users.
July 31st: Gamers backlash Star Wars gameplay get worse. The game is broken.

August 3rd: Star Wars Outlaws Creative Director insults gamers.
August 5th: Ubisoft caught bribing influencers and YouTubers for positive sentiment around SWO.
August 7th: Thomas Lockley faces backlash for lying about Yasuke.
August 10th: Ubisoft lied about community positive sentiment of ACS.
August 26th: SWO bad reviews, plagued by bugs.
August 26th: Gamers destroy SWO.
August 28th: Star Wars is broken.
August 29th: Insider claims ACS preorders are not selling.
August 31st: SWO graphics are worse than games from many years ago.
September 4th: Stock market drop follows the poor sales of SWO.
September 6th: Ubisoft is buying the review scores.



Répartition du nombre de publications par pays

Sur un corpus d'1 millions de publications entre le 28 octobre 2023 et le 8 novembre 2024



UNE POLÉMIQUE ESSENTIELLEMENT AMÉRICAINE PORTÉE PAR LA CAMPAGNE DES PRÉSIDENTIELLES

Sans surprise, l'analyse par répartition des publications révèle que les États-Unis constituent la matrice principale des discussions autour du jeu durant l'année écoulée (506 530 publications), devant le Japon (116 359) puis une cohorte de trois pays au poids équivalent, avec le Brésil (66 997 publications), la Turquie (60 414 publications) et la France (59 632 publications).

L'expression des sentiments négatifs est d'ailleurs plus marquée aux États-Unis qu'ailleurs, signe de la forte idéologisation des discussions (38,6 % de sentiments négatifs exprimés contre 13 % sur un jeu qui n'est pas encore sorti).

Le poids du sujet anti-DEI et anti-woke semble indiquer que la campagne présidentielle américaine est le principal levier de diffusion de la polémique relative à Yasuke.

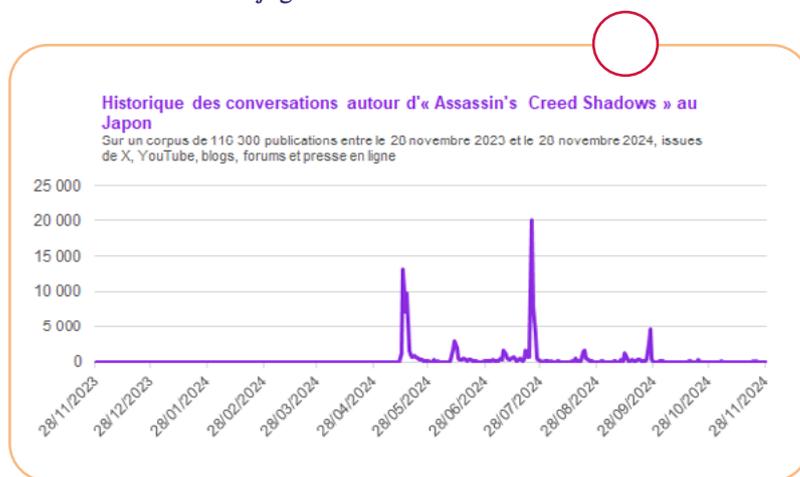
FOCUS SUR LE JAPON : ENTRE QUÊTE D'HISTORICITÉ ET RECHERCHE DE BUZZ POLITIQUE

Pays dans lequel se déroule le nouvel opus de la série, le Japon constitue le deuxième foyer principal des conversations en ligne. La sortie de la bande annonce du jeu a été exploitée par le parlementaire [Satoshi Hamada](#), populiste et anti-communiste, relayé par des comptes militant pour le respect de la culture japonaise, sur fond de contestation ayant trait à la lecture de l'histoire du pays. La communauté de ce leader politique s'est rassemblée autour d'une

[pétition](#) qui a suscité environ 105 000 signatures. Satoshi Hamada a également essayé de relayer des plaintes que des joueurs lui auraient adressées après la sortie du trailer.

Cette prise de position du leader du petit parti politique japonais NHK a été relayée essentiellement par l'un des principaux médias anti-DEI américain déjà identifié (The Park Place).

Au total, les retombées autour d'« Assassin's Creed : Shadows » restent peu importantes pour l'espace conversationnel japonais. On relève essentiellement un pic de mentions négatives sur un site de conversations en ligne japonais, dont il est difficile de juger de l'authenticité.



Les critiques cherchent à établir l'historicité réelle de yasuke et de l'esthétique du jeu au nom d'une pureté japonaise :

- Critique du trailer dont certains éléments sont jugés trop « hollywoodiens » et déconnectés du [contexte historique et culturel japonais](#).
- Critique de l'utilisation du doublage en anglais pour un personnage supposé incarner la culture japonaise
- Débats relatifs sur le réalisme de l'esthétique correspondant à la période Sengoku, avec l'attente d'une [représentation plus fidèle et respectueuse du Japon](#). Ces débats relatifs au réalisme des reconstructions historiques n'ont pas été partagés par tous les internautes - certains jugent qu'il est difficile de connaître avec suffisamment de précision le contexte esthétique de l'époque et que le jeu vidéo devrait se permettre une forme de liberté créative. Il a cependant eu un effet performatif sur l'équipe de réalisation, qui a fait le choix de repousser la

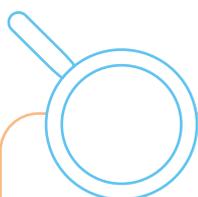


parution du jeu pour accroître le réalisme de la représentation du Japon des XV^e et XVI^e siècle.

La communauté qui a porté la critique relative à l'historicité du jeu au Japon a ensuite émis des réactions davantage orientées vers une critique des explications des journalistes occidentaux et des « experts ». Les publications sur X expriment de la colère envers leur ressenti qui est qualifié de raciste et **des experts ne parlant pas japonais**

qui connaîtraient mieux l'histoire japonaise que son peuple. Le sentiment d'Occidentaux perçu comme « condescendants » est également exprimé dans certaines publications.

Au total, au Japon, malgré la tentative par un entrepreneur politique de lancer un débat de controverse, les avis positifs dominent : 14,6 % de sentiments négatifs exprimés contre 19,9 % de positifs sur la période.



LE DÉBAT DANS LE DÉBAT : LA SORTIE DE « GHOST OF YOTEI »

Ce jeu est la suite de « Ghost of Tsushima », sorti en 2020, ayant connu un grand succès (13 millions de ventes). Le second opus se déroule au XVII^e siècle sous l'ère Edo (1600-1868 puis restauration Meiji), où les joueurs incarnent Atsu, un personnage féminin.

La polémique autour de ce jeu vient d'une partie de groupes « anti-woke », qui ont critiqué la posture pro-LGBTQ+ de l'actrice Erika Ishi, et affirmé que le studio participerait au « remplacement de la masculinité » par des personnages féminins.

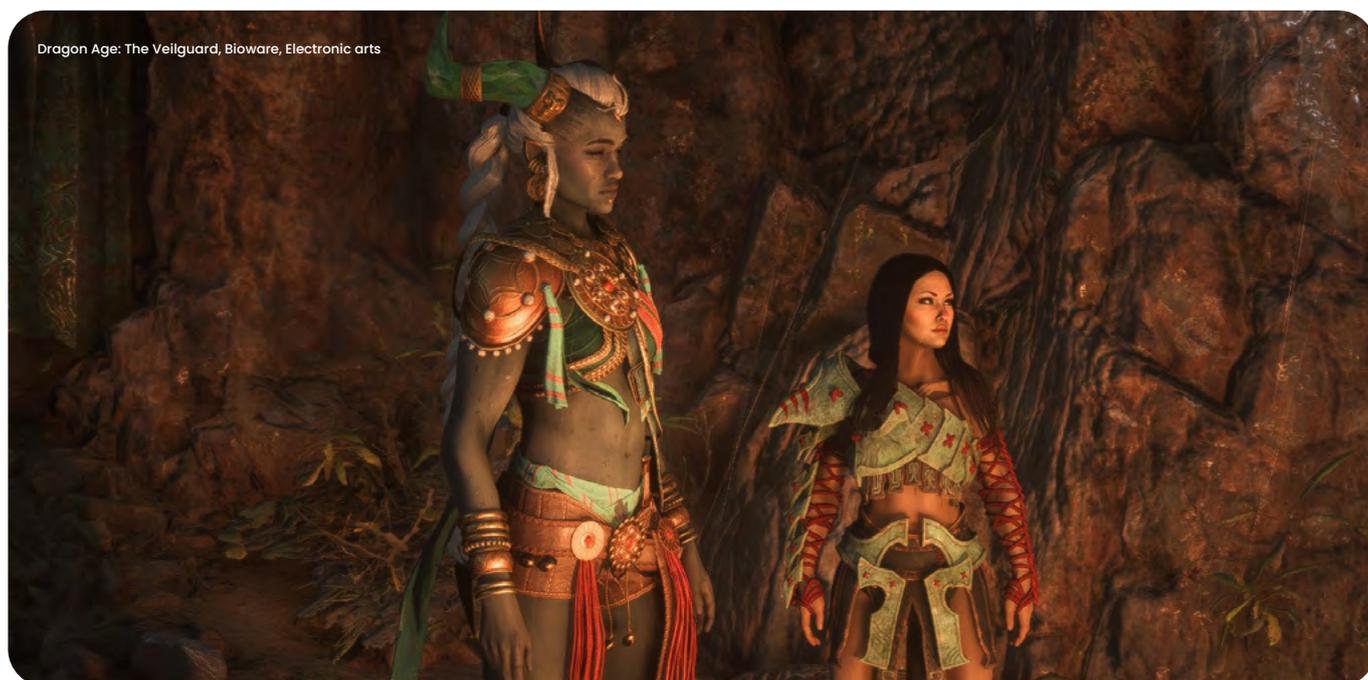
Le jeu se déroulant dans le même topos qu'« Assassin's Creed : Shadows », des liens ont pu être établis entre les deux jeux, entre-nourrissant les polémiques.



CAS PRATIQUE #4

« Dragon Age : The Veilguard » : les joueurs conservateurs à l'assaut de l'identité de genre

RPG / BIOWARE, ELECTRONIC ARTS / POSSESSEURS DU JEU : 663 300
DATE DE SORTIE : 31/10/2024



BIOWARE, STUDIO PIONNIER DU RPG

Le studio Bioware est historiquement connu pour proposer des expériences de jeux de rôle à la qualité remarquée, marquant souvent le genre par la liberté, les choix et l'émergence des personnages incarnés et la maturité des thèmes abordés. Ils ont ainsi à leur actif plusieurs références de l'histoire du jeu vidéo de rôle comme « Baldur's Gate », « Knight of the Old Republic » ou « Mass Effect ».

Il a été l'un des premiers à avoir suscité des polémiques avec la scène d'un baiser lesbien entre deux extraterrestres dans la série à succès Mass Effect ou à y présenter des personnages non binaires comme Jack. La réception de Dragon Age est ainsi à considérer à l'aune de l'histoire des joueurs, et notamment une trahison initiale : la fin de Mass Effect 3, qui n'a pas été conforme aux promesses initiales d'être impactée par les choix des joueurs engendrant une telle levée de bouclier des joueurs qu'elle a dû être réécrite. Cet épisode instaure un

Ils dénoncent ce qu'ils perçoivent comme une politisation du jeu vidéo, tout en accusant également BioWare de s'éloigner des racines de la franchise pour satisfaire les exigences de diversité. Certains joueurs associent ainsi les scènes du jeu, comme le coming-out d'un non binaire à la [chute de l'Occident](#) et la célébration des jeux vidéo asiatiques.

Parmi les joueurs adhérents à cette rhétorique, un certain nombre s'est adonné à une campagne de review bombing. Il s'agit d'aller publier un avis négatif sur le jeu, par exemple sur le site de Metacritic. Ce dernier n'oblige pas les joueurs à posséder ou essayer le jeu pour publier un avis, contrairement à la plateforme de jeu Steam, ce qui facilite l'astroturfing. On trouve donc beaucoup d'évaluations à 0/10 de joueurs avec les mots-clés issus de cette rhétorique : « woke », « DEI », « agenda politique », « idéologie sexuelle », etc.

LA SUITE POUR LE STUDIO BOWARE

Après des résultats de vente mitigés pour *Dragon Age : The Veilguard*, BioWare compte moins d'employés, à cause d'une série de licenciements et de départs suite à une restructuration en interne, notamment en prévision du développement du prochain *Mass Effect*. EA avait officiellement annoncé que le dernier *Dragon Age* avait manqué ses objectifs de près de 50%.

ESTHÉTISME ET IDENTITÉ DE GENRE

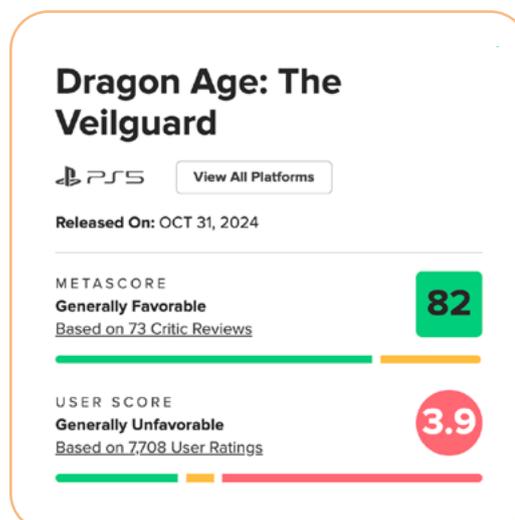
La critique de « *Dragon Age: Veilguard* » est aussi à rechercher du côté de l'esthétique, certains accusant le jeu de subir une pixarisation, en référence au style du studio d'animation.

Cette critique virulente est associée aux questions de genre, ce qui n'est pas étonnant puisque l'industrie a construit l'identité du joueur autour de la masculinité, notamment le trope de la masculinité militarisée dans les années 1990. La rhétorique publicitaire autour de la performance technique et de l'apprentissage d'une forme de coolitude des jeunes garçons a été le cœur de la lutte entre Sega et Nintendo.

Michael Gamble, directeur exécutif chez Bioware a ainsi dû prendre la parole après la sortie de « *Dragon Age: Veilguard* » en abordant [deux points clés du prochain Mass Effect](#) : la tonalité sera conforme à celle de la trilogie, avec toute la diversité qu'elle proposait dans les relations, et les graphismes tendront du côté du photoréalisme.



Le cas «*Dragon Age*» illustre l'évolution de la relation des joueur au jeu et s'inscrit dans une plus grande mesure dans les évolutions constatés entre les consommateurs et les produits à forte désirabilité. Depuis l'émergence des réseaux sociaux, ils portent leur mécontentement dans les espaces de plus en plus publics. La politisation d'un mécontentement est l'un des processus des plus mobilisateur et accélère le passage dans l'espace public médiatique généraliste. Il ne traduit pas tant la représentativité du conflit que son intensité et sa capacité à faire l'agenda. En ce sens, les débats illustrent comment une minorité est capable de nuire de manière significative par la surcharge émotionnelle des causes portées.





CAS PRATIQUE #5

« Helldivers 2 » : La politique pervasive comme levier d'enga- gement majeur sur les réseaux sociaux

THIRD-PERSON SHOOTER, COOPÉRATION EN LIGNE / DÉVELOPPEUR : ARROWHEAD GAME STUDIOS (SUÈDE) / ÉDITEUR : SONY (JAPON) / DATE DE SORTIE : 8 FÉVRIER 2024
15 MILLIONS DE VENTE EN NOVEMBRE 2024 / PLATEFORMES : PLAYSTATION, PC

« Helldivers 2 », développé par le studio suédois Arrowhead Games et édité par Sony Interactive Entertainment a été mis en vente en février 2024. Jeu de tir à la troisième personne, ou TPS (third-person shooter), il permet à ses utilisateurs de plonger dans un univers ressemblant fort à « Starship Troopers ».

L'UNIVERS DE LA « DÉMOCRATIE DIRIGÉE »

Pour rappel : ce film de 1997 réalisé par Paul Verhoeven, adaptation du roman de SF du même nom écrit par Robert A. Heinlein en 1959, dépeint un monde où les humains, espèce multiplanétaire, sont aux prises avec une autre espèce intelligente insectoïde, les Arachnides. C'est en particulier par la nature du régime politique régissant l'humanité réunie que le roman et son adaptation cinématographique ont le plus marqué les esprits – et suscité la polémique. Car dans la « Fédération Terran », le gouvernement des hommes est assuré par la classe des citoyens ; or ne sont citoyens que ceux ayant accompli leur service militaire, ou « service fédéral ». D'aucuns ont pu critiquer dans le film la valorisation d'une vision militariste et autoritaire de l'organisation sociale.

Dans « Helldivers 2 », la « Fédération de la Super Terre » correspond à ce qui est décrit comme une « démocratie guidée » (« managed democracy »). Les réponses des citoyens à une série de

questions, dont les réponses sont analysées par un superordinateur quantique, qui détermine l'issue à donner à ces réponses. La notion de démocratie y est donc toute relative.

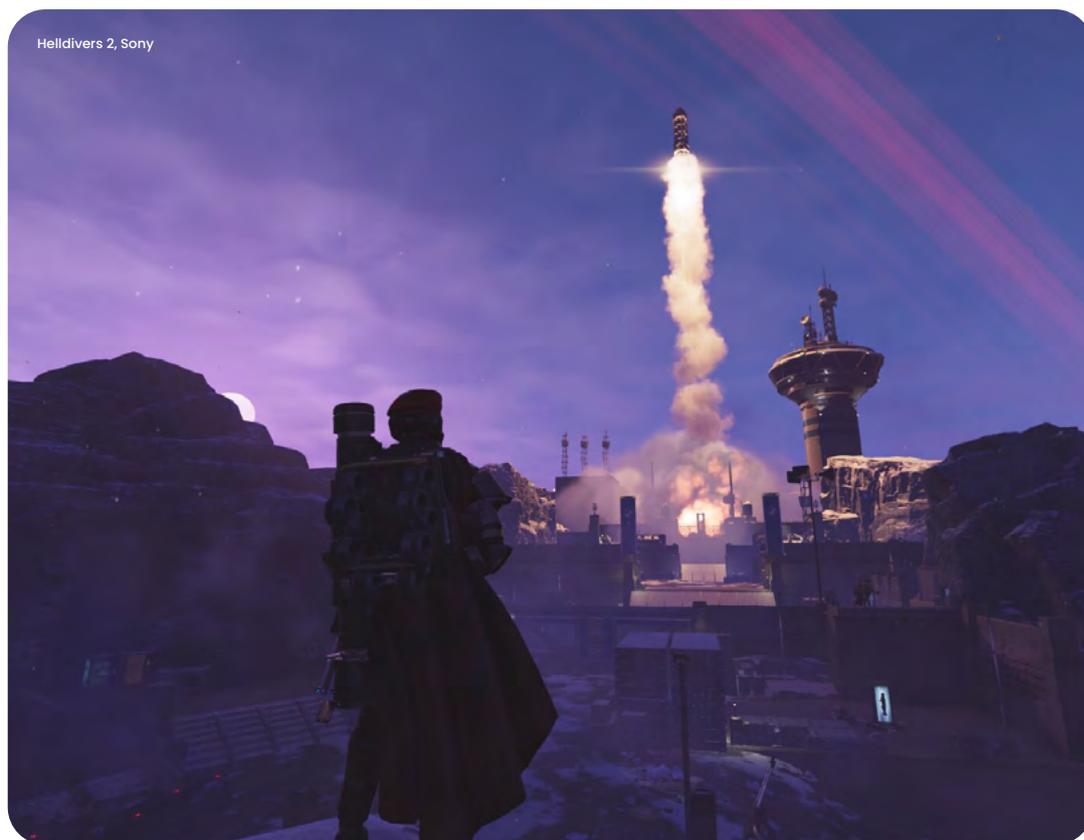
Autre aspect clé du jeu : ce jeu coopératif se manifeste par sa forte interactivité entre le studio créateur et la communauté des joueurs, les ordres de mission sont transmis par les comptes de la licence via ses comptes réseaux sociaux et dans le jeu.

MOBILISATION POLITIQUE, CONSONANCE NARRATIVE ET JEU PERVASIF

Entre le 28 octobre 2023 et le 27 novembre 2024, à l'échelle mondiale, 2,5 millions de publications ont été publiées sur X, YouTube et Reddit, qui ont généré 50,1 millions engagements (likes, partages, commentaires) de la part des utilisateurs.

Sur cet ensemble, 77 200 publications, ayant généré 2,4 millions d'engagements, mentionnent le terme « democracy », utilisé de façon invocatoire par les joueurs. En effet, le slogan « For democracy » est utilisé dans le jeu comme péan guerrier visant à motiver les troupes avant chaque opération.

Les comptes officiels de « PlayStation » n'ont pas été en reste pour faire franchir le « quatrième



mur » vidéo-ludique au concept de « managed democracy » et à son slogan associé dans le jeu. Dans une vidéo promotionnelle publiée sur YouTube le 23 juillet (107 800 engagements, 784 653 vues), la chaîne YouTube de « PlayStation » annonçait la sortie de son DLC « Escalation of Freedom » par une vidéo s'adressant aux joueurs, pour les enjoindre de replonger dans le « combat pour la liberté et la démocratie dirigée ».

Dans [une autre](#) (44 700 engagements, 784 000 vues) publiée le 20 septembre, « PlayStation » partageait l'hymne de la « Fédération Super-Terre », aux paroles éloquentes « La démocratie dirigée est la vraie voie / Tous ceux qui y résistent subiront notre colère » (« Managed democracy is the true path / All who resist it shall suffer our wrath »).

Cette approche diégétique, qui outrepassa le temps de connexion des joueurs au jeu pour se répercuter sur les réseaux marque une des principales originalités des créateurs dans les relations qu'ils ont réussi à nouer avec leur communauté. Le jeu déborde le cercle magique

traditionnel en étendant son emprise sur les réseaux sociaux. En intégrant au gameplay et à la narration la campagne de mobilisation politique, « Helldivers 2 » n'a pas simulé un espace public, mais s'est déployé sur les réseaux sociaux, convertissant quasi systématiquement un joueur en membre de la communauté et en follower des comptes.

Aux annonces classiques (promotions, mises à jour et sorties de DLC), coexistent des publications immersives qui prolongent l'expérience de jeu en dehors de ses frontières. Sont ainsi mises en ligne les ordres mission sur le compte X de « Helldivers 2 », les points d'étape sur l'avancement des missions en cours, les réussites ou les échecs de la collectivité...

Cette approche interactionnelle originale porte ses fruits : le compte X @helldivers2 s'appuie sur une solide audience de 627 800 abonnés – quand celle du compte de « Warhammer 40,000 : Darktide » (@Darktide40k) en compte 102 600. « Helldivers 2 » compte 11 millions de possesseurs du jeu, ce qui correspond donc à

un taux de conversion d'abonnements sur X de 0,0057%. Avec 2 millions de possesseurs du jeu, « Warhammer 40,000: Darktide » (sorti en 2022), le taux de conversion en nombre d'abonnés sur X est de 0,0051%. Pour l'autre blockbuster « Elden Rings » (2022), dont le compte X @ELDENRING s'appuie sur 1,1 million d'abonnés, le taux de conversion est de 0,08%.

L'approche conversationnelle adoptée par « Helldivers 2 » ne semble pas avoir d'effet significatif sur le taux de conversion – quoi que l'antériorité des licences « Warhammer 40,000 » et « Elden Rings » et de leurs comptes X (tous deux créés en 2019) doit être prise en compte pour pondérer l'analyse.

C'est du côté des engagements que le rapport devient écrasant; il illustre la capacité de mobilisation que « Helldivers 2 » a su susciter auprès de ses joueurs. Entre le 8 février et le 28 novembre 2024, les publications de @helldivers2 ont généré 4,7 millions d'engagements (likes, partages, commentaires) ; celles de @Darktide40, 74 800. Celui du compte d'« Elden Rings » en a pour sa part généré 2,6 millions.

JEU POLITIQUE A-POLITIQUE ?

Sur les réseaux sociaux, plusieurs comptes relativement influents mais isolés ont investi la question idéologique, présente dans le jeu. Cette forme de politisation des discours autour du jeu vidéo se retrouve dans le « top » des publications mentionnant le terme « democracy ».

— La chaîne YouTube « SMii7Yplus » (3,65 millions d'abonnés) titre-t-elle une de ses [vidéos de gameplay](#) sur « Le jeu le plus patriotique jamais créé », sa vidéo ayant généré 333 100 engagements et 2,7 millions de vues, soit la 2ème plus vue de cette catégorie.

— Sur X, l'utilisateur @revenant_MMXX (44 800 abonnés), estime dans un [tweet](#) que le succès commercial de « Helldivers 2 » est le signe d'une défaite intellectuelle pour les « progressistes » – son tweet faisant suite à une publication relative à la question de l'altérité posée dans le film « Starship Troopers ». Son post a généré 2 800 engagements et 72 600 vues.

Ce type de publications, si elles sont portées par des utilisateurs s'adressant à des communautés (inégalement) nombreuses, ne constituent



pas à ce stade une réelle controverse entre des thuriféraires de la « démocratie dirigée », telle qu'expérimentée virtuellement par les joueurs, à ses opposants.

Le fait est notable : un jeu qui place le facteur politique – nature et idéologie du régime en place – au cœur de son univers scénaristique ne provoque pas, de ce simple fait, d'affrontements idéologiques notables entre les joueurs ; pas plus qu'il n'en suscite auprès d'une audience élargie au sein du débat public.

Ce relatif apolitisme dans l'appréhension de « Helldivers 2 » se vérifie également dans les grandes tendances. 82 700 publications ont été relevées dans la presse en ligne entre le 28 octobre 2023 et le 28 novembre 2024. Une analyse par mots clés (voir nuage de mots clés infra) révèle que les termes associés à « Helldivers 2 » dans cet espace relèvent d'analyses propres au jeu et à son contexte créatif, davantage qu'à sa dimension politico-idéologique : évocation des plateformes du jeu (« playstation »), du créateur (« arrowhead », « developer ») ou encore du gameplay (« gameplay », « shooter », « play », « players »)...

La dynamique globale des conversations révèle que les deux principaux pics de conversations (voir graphique ci-dessous), sur les réseaux sociaux, se concentrent sur deux séquences :

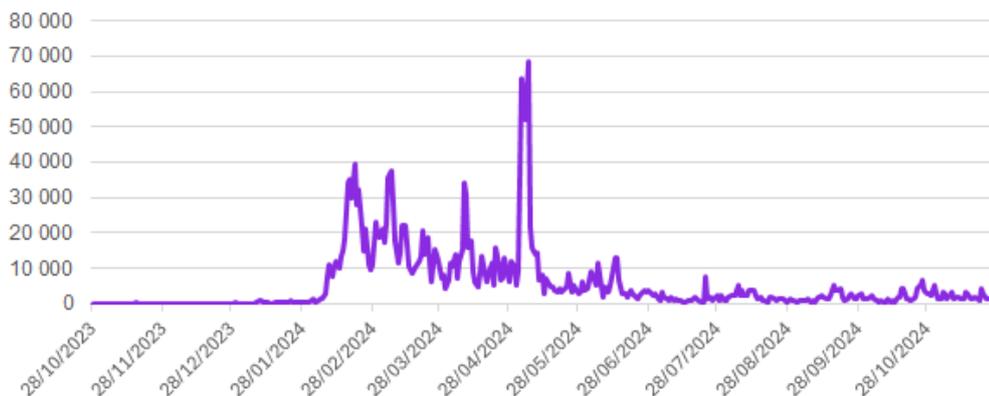


Nuage de mots clés, taille pondérée par nombre d'occurrences dans les publications



Historique des publications relatives à « Helldivers 2 »

Sur un corpus de 2,1 millions de publications provenant de X, YouTube et Reddit



les 19 et 20 février 2024, lors de la découverte du jeu par les joueurs, le succès rapide qu'il a rencontré, la surcharge des serveurs (76 100 publications); lors de l'annonce, par PlayStation, du renoncement à contraindre les joueurs de PC

à lier leur compte Steam à PlayStationNetwork pour pouvoir continuer à jouer, décision qui avait cristallisé les oppositions de la communauté (206 200 publications).

Helldivers 2, Sony



Become a Helldiver!



Conclusion



L'analyse de ces batailles culturelles s'inscrit dans la continuité historique des polémiques sur le jeu vidéo. En 25 ans, les polémiques autour de l'objet jeu vidéo (violent, immoral) soutenues par des acteurs publics, politiques, associatifs ou institutionnels se sont progressivement individualisées à deux niveaux.

— Premièrement, le jeu vidéo comme objet n'est plus l'objet de croisades morales systématiques, c'est avant tout les cas particuliers des représentations des individus, et plus particulièrement des avatars incarnés par le joueur, qui attirent les regards et attisent les polémiques : genre, origines, couleurs, homogénéité, historicité.

— Deuxièmement, nous constatons l'émergence de leaders d'opinion non intégrés à des institutions, partis ou associations : cette privatisation des entreprises de morale est particulièrement visible sur X et aux États-Unis où le marché de l'indignation intègre la critique des représentations du jeu vidéo dans l'ensemble du panel de condamnations morales.

Cette double individualisation trouve dans les médias sociaux un terrain de jeu favorable à la bataille culturelle, qui est avant tout dans le jeu vidéo une bataille morale des représentations culturelles. Les rares tenants d'une bataille culturelle sont les personnes ayant des respon-

sabilités publiques ou étant proches, on pense notamment au cas de la défense de l'histoire japonaise soutenue par un parlementaire, qui n'est pas sans rappeler les critiques contre la représentation de Robespierre dans « Assassin's Creed Unity »

La confrontation du jeu vidéo à la réalité historique n'est pas dans une perspective scientifique mais purement morale, comme support à la perpétuation des visions de la société et de la nation des influenceurs.

Nous assistons ainsi à un renversement de la cause au symptôme : coupable idéal à ses débuts car générateurs des maux et de certains crimes depuis Littletown en 1999, il est devenu le symptôme idéal des évolutions sociales actuelles et des débats qu'elles génèrent, voire le manifeste d'une volonté d'afficher une forme d'avant-garde culturelle, morale et sociale. Cette lecture tout comme la première traduit ainsi une utilisation du jeu vidéo à d'autres fins aux contours mouvants au gré de l'offre politique et morale et des espaces sociaux de diffusion.

La circulation des différentes polémiques révèle des schémas récurrents et plus particulièrement l'activité d'un ensemble de leaders d'opinion en ligne. L'analyse croisée des « Top 30 » des influenceurs, classés par nombre d'engagements que leurs publications ont cités, révèle qu'un certain nombre de profils jouent un rôle



Présence des utilisateurs dans le « Top 10 » des comptes les plus influents par jeu vidéo

X= présent (*)=position	« Assassin's Creed: Shadows »	« Stellar Blade »	« Black Myth: Wukong »	« Ghost of Yotei »	« Dragon Age: The Veilguard »
Grummz	X (2)	X (3)	X (5)	/ (25)	X (1)
Asmongold Clips/ TV	X (3- 14)	/ (19)	X (9)	/	X (9)
ENDYMIONtv	X (11)	/ (24)	/	/ (22)	X (6)
Pirat Nation	/	/ (15)	/ (21)	/	X (10)
MangaLawyer	X (9)	X (1)	X (3)	/ (18)	X (5)

moteur dans les conversations des principaux jeux ayant généré, à un degré ou un autre, une forme de polémique: « Assassin's Creed: Shadows », « Stellar Blade », « Black Myth: Wukong », « Ghost of Yotei » et « Dragon Age: The Veilguard ».

Ces 5 utilisateurs omniprésents représentent à eux seuls 6,1 millions d'engagements sur l'ensemble de ces 5 jeux, soit près de 7% de l'ensemble des engagements générés par les 738 200 utilisateurs mobilisés dans le courant de l'année.

La politique reste donc un sujet de conversations engageant pour ceux qui sont déjà engagés, mais ne semble pas pour autant convertir de nouveaux entrants ou dévoyer les joueurs, surtout lorsqu'elle s'attaque aux contenus des œuvres culturelles. A contrario, les problématiques des conditions de production peuvent s'entrechoquer avec les dénonciations morales des contenus: dans ce cas les crises peuvent se politiser et toute la production est alors condamnée, des fabricants au produit final, comme nous l'avons vu avec l'amplification du gamergate dès lors que cela devient une critique sur les conditions de production de la critique vidéoludique.

Le succès de la campagne de mobilisation d'« Helldivers 2 » traduit cette capacité qu'a la politique à générer des contenus, mobiliser des

imaginaires et au final produire de l'engagement fort, ici dans une démarche totalement maîtrisée de communication sur les réseaux sociaux.

La stratégie de communication de « Helldivers 2 » marque un tournant aussi important que celle de « GTA » à sa sortie dans la manière de penser le rapport au politique comme levier commercial. Quand « GTA » produisait de la polémique en faisant croire aux effets du jeu vidéo, « Helldivers 2 » simule de la politique de manière pervasive, en étendant l'univers du jeu aux réseaux sociaux.

Paradoxalement, l'omniprésence du politique in-game ne politise pas pour autant les relations entre les joueurs et ne génère pas de controverse. C'est toujours le fait d'un processus de publicisation, soit de passage dans l'espace public par les médias, qui peut être accéléré par les entrepreneurs de morale dès lors que les engagements sont importants et que le sujet concerne a minima les conditions de production du monde du jeu vidéo (studio, médias) et a maxima s'inscrit dans l'agenda politique, notamment en compétition électorale, le jeu servant alors de thème et sujet de discussion pour être visible et se positionner sur d'autres sujets.



Shutterstock



L'Observatoire européen des jeux vidéo

Le jeu vidéo est à la fois un acteur des batailles culturelles en produisant des représentations du monde et un espace d'investissement d'autres batailles. Face à ce constat, nous avons créé l'Observatoire européen des jeux vidéo.

L'Observatoire européen des jeux vidéo est l'acteur incontournable de l'analyse des opinions et tendances du monde du jeu vidéo. Ses analyses et notes stratégiques regroupent les différents champs :

- Analyse des usages des joueurs au sein des jeux vidéo.
- Perception des joueurs et des non joueurs de sujet clés de l'industrie.
- Investissement des espaces du jeu vidéo par des acteurs et thèmes étrangers.

L'Observatoire s'adresse à l'ensemble des parties prenantes européennes souhaitant renforcer leurs connaissances et prises de parole :

- Les institutions publiques européennes : DG-comm, DG-sécurité, Parlement européen, Conseil de l'Europe.
- Les acteurs privés qui souhaitent approfondir leurs connaissances des pratiques émergentes de leurs marchés.
- Les ONG.

L'Observatoire a pour mission de collecter et d'analyser les perceptions, les usages et les attentes des jeunes européens et de les lier aux travaux législatifs pour identifier les évolutions majeures, les défis à venir, ce qui nous permettrait de communiquer de manière proactive sur ces points.

La dimension européenne de cet observatoire permettrait à la fois une vision globale et une approche comparative des usages dans les différents pays de l'UE en générant des opportunités de prise de parole auprès des institutions européennes et des médias, et par extension des espaces nationaux et locaux.

Pour assurer la rigueur scientifique de l'Observatoire, nous envisageons de collaborer avec les chercheurs et les experts en sciences sociales et numériques avec qui nous travaillons dans le cadre de projets européens de recherche. Leur contribution doit garantir la qualité

des analyses et des recommandations issues de l'Observatoire.



Olivier Mauco est un créateur de jeux vidéo et chercheur en sciences politiques. Son approche combine recherche académique, création de jeux et analyse critique pour explorer les multiples facettes de ce média en constante évolution.

Docteur en sciences politiques de l'université Panthéon-Sorbonne, il a soutenu une thèse sur l'impact des politiques de régulation sur les contenus des jeux vidéo. Il est reconnu pour son expertise dans l'analyse des discours et idéologies des jeux vidéo et de leurs impacts socio-économiques. Il a publié plusieurs ouvrages, dont *GTA IV : l'envers du rêve américain* et *Jeux vidéo hors de contrôle*. Il intervient régulièrement dans les médias pour analyser les jeux vidéo, leurs contenus politiques et idéologiques, ainsi que les débats sur la violence et la dépendance au jeu ou les mutations socio-économiques. Il enseigne également l'économie des jeux vidéo et le game design à Dauphine, Sciences Po Paris et Toulouse, l'ISART.

Il a fondé Game in Society, une agence dédiée à la communication par le gaming pour des acteurs privés et publics nationaux et européens, ainsi qu'à la recherche sur les enjeux d'éducation aux médias, d'émotion en démocratie ou encore santé mentale, toujours par la création de jeux vidéo expérimentaux.

Cette étude est éditée par l'Observatoire européen des jeux vidéo. Elle a été produite grâce au soutien de Game in Society.

Nous tenons également à remercier les équipes d'Antidox et d'Alto Intelligence pour leur soutien analytique et leurs conseils d'expert sur les risques et les menaces numériques.

