

Sommaire

« User-generated Content » 7

Maxime Cervulle et Sébastien Martinez Barat

**LE GAMING POSTCOLONIAL :
GÉOPOLITIQUE DU JEU VIDÉO**

Terrains de jeu postcoloniaux 17

Sybille Lammes

Les zombies noirs s'attaquent au web 27

Sébastien Martinez Barat

**Le gaming néo-colonial : géographie virtuelle 39
et politique de l'espace dans Call of Duty 4**

Johan Høglund

Orientalisme numérique 51

Mehdi Derfoufi

REPENSER LES INDUSTRIES CULTURELLES AVEC BRITNEY SPEARS

- 65 Britney Remix : singularité, expressivité,
remixabilité à l'heure des industries créatives.
Vers un troisième âge de la culture ?**

Laurence Allard

- 83 Dessiner l'idole**

Comité Central

- 93 « I believe in Britney » : petits arrangements contemporains
avec le fantasme marketing de la réification**

François Debruyne

ENTRETIEN

- 107 « Comprendre la culture web 2.0 ».
Entretien avec Henry Jenkins**

Maxime Cervulle

« User-generated Content »

*par Maxime Cervulle
et Sébastien M. Barat*

Voisins de lotissement et clients des mêmes vidéoclubs, nous avons grandi avec l'idée commune d'éditer un jour une revue de cinéma. Près de dix ans après, alors que ce projet aurait pu enfin se concrétiser, il fut remplacé par un autre, plus en prise avec notre usage des images, désormais marqué par la multiplication des écrans, des outils et des formes d'expérience visuelles, audiovisuelles et interactives. Ce nouveau projet devait prendre la forme d'une revue embrassant l'ensemble des modes de production, diffusion et réception des images. Ce mouvement correspond au déplacement en cours de la position de spectateur à celle d'acteur d'une culture participative nouvelle. Au-delà de notre propre parcours, ce mouvement a traversé l'ensemble des paysages culturels et médiatiques : *Poli* se propose de l'accompagner. La revue s'avance ainsi sur des territoires incertains, ceux des images actuelles qui, du cinéma à la téléphonie mobile, du web à la

photographie, du jeu vidéo à la télévision, reconfigurent nos pratiques culturelles. Ce sont aussi ceux de l'édition indépendante, espace précaire et pourtant indispensable à l'émergence de regards nouveaux attentifs aux transformations des industries culturelles. Ainsi, *Poli* n'est pas un pont, mais une faille, une brèche ouverte aux changements à venir. Le célèbre slogan du chanteur punk Jello Biafra, « *don't hate the media, become the media* », annonçait cette nouvelle phase : celle du spectateur participant, de l'utilisateur producteur de contenus, de l'amateur inscrit dans les circuits de diffusion des images. C'est ce tournant participatif, cette nouvelle économie des représentations et des *mediascapes*, que *Poli* s'efforce de parcourir.

Cultural Studies

Poli vise à cerner l'empreinte des discours politiques et micro-politiques sur les écrans qui nous entourent, interrogeant aussi bien les tensions postcoloniales qui traversent les pratiques vidéoludiques que les nouveaux régimes de consommation des icônes pop. En ce sens, la revue s'inscrit dans la lignée des *Cultural Studies*, champ de recherche anglo-saxon portant sur les rapports de pouvoir qui parcourent les cultures populaires. Elle questionne ainsi la politique des représentations, véritable fabrique des identités. Au moment où des *Cultural Studies* françaises émergent, dans les universités comme au sein d'institutions culturelles, *Poli* se propose d'accueillir et d'actualiser les réflexions portées par

ce courant sur les rapports entre identité, pouvoir et cultures de l'image. Tout comme la revue parie sur la convergence de publics habituellement fragmentés en proposant de réconcilier d'un même mouvement théoriciens et fans, philosophes et gamers, professionnels et spectateurs, économistes et internautes. *Poli* se situe à la croisée des rapports à l'image, tentant de poser des mots sur nos pratiques culturelles quotidiennes.

Cette démarche inspirée par les *Cultural Studies* répond à une nécessité, celle d'habiter un espace doublement inédit dans le contexte français. Inédit car la recherche et l'enseignement ont trop souvent déserté le terrain d'analyse de la *conflictualité* qui caractérise les cultures populaires et leurs réceptions. Inédit puisque les publications existantes cantonnent volontiers la critique à une approche exclusivement esthétique, au détriment d'une prise en compte des intersections entre représentations et phénomènes sociaux.

Même si Britney Spears et les jeux vidéo n'ont en apparence rien à voir, ces phénomènes inscrits dans notre quotidien nous semblent révélateurs d'une nouvelle relation aux images. L'industrie vidéoludique s'est à tel point développée que les jeux vidéo sont aujourd'hui le premier bien de consommation culturelle, tandis qu'à l'ère post-Madonna, la nouvelle reine de la pop et ses chansons, ses clips, ses fans, ses photos volées, ses histoires et son parfum font désormais partie des centres d'intérêt principaux de la presse internationale et des réseaux de

l'information. Ce premier numéro se penche donc sur des formes, pratiques et expériences culturelles désormais omniprésentes et incontournables à travers deux dossiers, « Le *gaming* postcolonial : géopolitique du jeu vidéo » et « Repenser les industries culturelles avec Britney Spears ».

Politique du pixel

Dans le sillage des récentes *Game Studies*, la revue s'ouvre sur une interrogation des logiques postcoloniales à l'œuvre dans les jeux vidéo. Du jeu d'exploration au « *Beat'em all* », du jeu de plateforme au « *First Person Shooter* », tous sont travaillés par un enjeu narratif et ludique récurrent : la conquête et la maîtrise d'un territoire hostile. Analysant les jeux de stratégie, Sybille Lammes soutient qu'ils peuvent être compris comme postcoloniaux dans la mesure où ils reconfigurent et réécrivent l'histoire des colonisations. Cette incursion du vidéoludique dans le récit géopolitique est également au cœur de l'article de Johan Hoglund. Critiquant la militarisation actuelle de la culture populaire américaine, pensée comme un « complexe militaro-ludique », Hoglund analyse les rapports entre jeux de guerre et situations d'occupation américaine en Irak et en Afghanistan.

En plus de jouer et rejouer des conflits passés et présents, le *gaming* cristallise les rapports Nord/Sud et pixellise pour mieux cacher l'exotisme qui le traverse. Retraçant la polémique qui a entouré la campagne de promotion du nouvel opus de *Resident Evil* situé en Afrique, Sébastien Martinez Barat

identifie l'émergence d'espaces critiques en ligne conciliant sensibilités de *gamers* et attention aux représentations raciales. Mehdi Derfoufi met quant à lui en relief les liens unissant orientalisme et geste auteuriste qui parcourent certains champs de la production vidéoludique contemporaine.

Britney 2.0

Britney Spears représente-t-elle un nouveau paradigme des industries culturelles et des circuits de l'information ? Telle est la question qui anime le second dossier de ce numéro. Aussi incongrue qu'elle puisse paraître, cette interrogation prend pourtant tout son sens à la lumière de la place qu'occupe depuis dix ans la chanteuse de *Gimme More* à la tête des recherches par mots-clés sur Internet, devant « sex » et « Obama ». Ce dossier se propose donc d'amorcer une réflexion vers une approche sociologique, économique et politique des conditions de production et de réception de l'icône « Britney Spears », à la lumière de l'expansion du web 2.0 et des technologies de communication.

Parcourant les multiples réappropriations de l'image de la *popstar* sous la forme de remixes mis en ligne sur des sites de partage vidéo, Laurence Allard voit en Britney et ses fans des figures symptomatiques du passage des industries culturelles aux industries créatives, qui marque l'entrée dans une « *remix culture* ». Explorant les méandres du site de promotion du parfum *Believe* qui propose de géolocaliser les fans de la chanteuse, François Debruyne

perçoit quant à lui le lexique actuel de la « créativité » et de l'« expression de soi » de la culture web comme une réactualisation du fantasme marketing du contrôle total de la réception. Comme celle de tout autre produit culturel, la réception de Britney Spears se heurte pourtant à l'inventivité des fans. Pour Comité Central, qui étudie les dessins d'adolescentes crayonnant le portrait de leur idole avant de les publier sur des blogs, celle-ci est néanmoins bridée : Britney n'étant selon lui que l'expression d'une domination sexiste incorporée via une *pratique digitale*.

La promesse participative

La revue se clôt par un entretien avec Henry Jenkins réalisé par Maxime Cervulle, dans lequel le célèbre théoricien des *Cultural Studies* américaines trace des pistes pour mieux comprendre la culture web 2.0. Revenant sur ses intuitions vis-à-vis de la « culture participative », qu'il avait analysée bien avant l'avènement du web via une série d'études sur les communautés de fans, Jenkins relève les paradoxes et possibilités nouvelles qu'offrent les outils interactifs contemporains. La promesse de cette culture participative encore jeune est celle d'une reconfiguration du partage politique qui répartit les rôles entre consommateurs et producteurs ; promesse portée par ce numéro où l'histoire des pratiques des fans et des *gamers* retrouve sa place au sein de celle des industries culturelles et créatives.

