

PLEINS JEUX SUR LE CINÉMA CONTEMPORAIN

Bernard PERRON, Université de Montréal

Parce qu'il apparaît aujourd'hui impossible de faire l'économie de la relation qui unit le cinéma contemporain populaire aux jeux vidéo et au ludique en général, cet article souhaite brosser un tableau de ladite relation. Par l'entremise d'idées connues, d'observations courantes et d'analyses plus spécifiques, il s'agira d'exposer les liens historique, économique, technologique, esthétique et culturel qui unissent ces deux industries, ces deux arts.

Les rapports entre le cinéma et les jeux vidéo ne sont pas récents. On adaptait dès le milieu des années 70 des films en jeux d'arcade, notamment *Jaws* de Steven Spielberg (1975) adapté la même année par Atari sous le titre *Shark Jaws*, ou *Death Race 2000* (1975) produit par Roger Corman et réalisé par Paul Bartel adapté par Exidy sous *Death Race* en 1976. Au milieu des années 80, un nombre important de cartouches de jeu d'Atari 2600 (aussi appelé Atari VCS - Video Computer System) était basé sur des films. Mentionnons à titre indicatif *E.T. The Extra-Terrestrial* (Atari) en 1982, *Texas Chainsaw Massacre* (Wizard Video) en 1983 et *Ghostbusters* (Activision) en 1985. Associée au départ à Atari, la célèbre LucasArts Entertainment Company était fondée en 1982 afin de, suivant le site officiel de la compagnie (<www.lucasarts.com/about/>), « fournir un élément interactif à la vision du réalisateur de *Star Wars* ». George Lucas déclarait alors : « Le jeu vidéo c'est la chose la plus excitante que j'aie découverte

depuis que je suis dans le cinéma. C'est une combinaison de toutes les choses auxquelles je suis intéressé » (Beau, 1996b : 69). L'ordre des choses allait être renversé à Hollywood aux débuts des années 90. Le jeu *Super Mario Bros.* (Nintendo, 1985) était adapté au cinéma en 1993 (par Annabel Jankel et Rocky Morton), suivi en 1994 par *Double Dragon* (Taito, 1987, film réalisé par James Yukich) et *Street Fighter* (Capcom, 1987, film réalisé par Steven E. de Souza).

Une synergie économique

Déjà repérable donc, cette liaison est, on le sait, d'abord fondée sur des échanges économiques. Tel que le faisait ressortir Sue Adamo dès 1983 dans « Hollywood is Game » : « Hollywood is something of a corporate pervert : It'll cross-breed with any new species » (p. 40). L'industrie du jeu interactif étant devenue de nos jours plus importante que celle du film, Hollywood ne pouvait que poursuivre sa ruée vers le jeu.

In fact, the videogame industry is quickly becoming Hollywood's newest best friend since home video. (...) As videogames continue to win points among consumers, and studios are twitchy for more revenue-stream action, the synergy between the two media is only likely to increase (Graser, 1999).

Cette synergie, directement issue de la mentalité de conglomérat, se traduit évidemment par une gamme de produits dérivés de l'une ou l'autre des industries (l'énumération de ces produits remplirait probablement à elle seule les présents actes du colloque).

D'une part, on se sert des films pour vendre les jeux. Tous les complexes multisalle ont leur antichambre de jeux d'arcade. Les bandes-annonces de jeux côtoient celles de films en début de séance. Sans compter, soulignent Higuinen et Tesson, qu'un film puisse être une longue bande-annonce pour un jeu (2002 : 11). Higuinen et Tesson donnent l'exemple du dessin animé *Blood: The Last Vampire* (Hiroyuki Kitakubo, 2000), en fait réalisé pour promouvoir le jeu (développé par Sugar & Rockets pour la PlayStation 2). Dans cette perspective, on ne peut s'empêcher de penser immédiatement aux nouveaux épisodes de *Star Wars* qui, de *Star Wars Episode I Racer* (1999) à *Galactic Battlegrounds Clone Campaigns* (2002), jusqu'à la future série de jeux de rôle en ligne massivement multi-joueurs *The Star Wars Galaxies*, promeuvent également sans ambages les

produits dérivés de la LucasArts Entertainment Company. La sortie de ce type de produits se fait le plus possible de façon simultanée. Un exemple parmi tant d'autres, c'est la bande-annonce du jeu du même nom qui ouvrait la séance de *Spider-Man* (Sam Raimi, 2002) et qui invite le spectateur à jouer le jeu après avoir vu le film. En définitive, tout film récent ou non ayant un potentiel économique peut faire l'objet d'une adaptation ludo-interactive. À preuve, sorti d'abord en France, le jeu d'aventure *Hitchcock - The Final Cut* (Arxel Tribe, 2001, <hitchcock.arxeltribe.com/French/site.html>) basé sur six films du maître du suspense est distribué à l'échelle internationale en anglais par Ubisoft depuis mars 2002.

D'autre part, on se sert aussi des jeux pour vendre des films. De plus en plus nombreux, les joueurs de type intensif ou *gamers* (*hardcore* or *core gamers* devrait-on préciser) forment un excellent bassin de spectateurs. Malgré le succès mitigé des premières expériences (*Super Mario Bros.* ayant rapporté la moitié de son budget), les jeux vidéo sont toujours adaptés au cinéma mais cette fois-ci avec des moyens énormes. Comme le note Josh Spector dans un article du 1^{er} juin 2001 du *Hollywood Reporter* intitulé « Hollywood puts on its game face », la distribution estivale de *Final Fantasy : The Spirits Within* (Hironobu Sakaguchi et Moto Sakakibara, 2001) et de *Lara Croft : Tomb Raider* (Simon West, 2001) marquait le début d'un genre de blockbuster bien distinct. Si le premier s'est avéré un autre échec monumental (allant même jusqu'à entraîner la fermeture du Studio Square USA d'Honolulu), le second est, considérant les assistances du premier week-end et les recettes finales en salle, considéré aux États-Unis comme l'un des grands succès de l'été 2001 (Seiler, 2001 : C-11). Bien que Paul W.S. Anderson n'ait pas répété avec *Resident Evil* (2002, premier jeu de Capcom en 1996) le grand succès au box office de *Mortal Kombat* (1995, jeu de Midway en 1992), le producteur de ce dernier film, Larry Katanoff, mettait en relief dans l'article du *Hollywood Reporter* un changement important : « What we are seeing is video games finally taking their place as an accepted source medium in Hollywood » (Specor, 2001). On devrait bel et bien voir plus d'adaptations de ce genre. Les studios ont acheté au début de 2002 les droits des plus populaires franchises sur le marché, de *Crazy Taxi* à *Grand Theft Auto*, en passant par *Silent Hill*, *Perfect Dark* and *State of Emergency*. L'intérêt d'exploiter les jeux vidéo pour trouver des idées de film est si grand actuellement, qu'une compagnie de

production comme Zide/Perry considère même la création d'une division spéciale qui se consacrerait exclusivement à cette tâche (Graser, 2002).

L'acceptation du jeu vidéo comme médium, l'Académie l'avait déjà certifiée d'une autre façon en 1998 en nommant aux Oscars l'une des cinématiques du jeu *Oddworld Abe's Exoddus* (Oddworld Inhabitants, 1998) pour le meilleur court métrage d'animation. Ces cinématiques ont eu aussi droit à leur festival en 1999, le Conduit Digital Film and Gaming Festival d'Austin au Texas. Du reste, PlayStation – Sony en fait – a été, l'an dernier (2001), le commanditaire principal de la sixième édition du Festival Fantasia de Montréal, un festival de films fantastiques et de films d'action asiatiques qui s'adresse au même public.

Un phénomène culturel

Ce n'est qu'au milieu des années 90 que la critique cinématographique française⁸¹ a commencé à s'intéresser à cette nouvelle synergie. Devant le succès au box-office de l'adaptation cinématographique de *Mortal Kombat* et l'invasion des produits dérivés, la revue *Studio* consacrait un dossier spécial aux jeux vidéo dans son numéro de novembre 1995. Introduisant cette nouvelle problématique dans l'article principal intitulé « Le cinéma dans l'enfer du jeu ! », Thierry Valletoux notait : « L'industrie du cinéma et celle du jeu se livrent à une gigantesque foire d'empoigne. Un mariage forcé qui verra naître le cinéma de demain. Chronique d'une révolution annoncée » (1995 : 116). Montrant dans quel camp il se trouvait, Valletoux prenait soin de préciser que c'étaient les concepteurs de jeux qui avaient lancé les premières hostilités en piratant le cinéma pour sa popularité. Le ton allait être différent l'été suivant dans les *Cahiers du cinéma*. Après un court article de Frank Beau sur les « films-jeux » (*movie-games*) dans le numéro de mai (1996a : 20), Alain Le Diberder élevait en juin, dans un dossier sur le cinéma de demain (numérique, virtuel et interactif), les jeux vidéo au rang de « nouvelle frontière du cinéma » (1996 : 122). Ce rang

⁸¹. À ma connaissance, la critique anglaise s'est intéressée à la question avant la critique française. L'article de Sue Adamo cité plus tôt, "Hollywood is Game", fait partie d'un dossier de la revue *Film Comment* consacré aux jeux vidéo dès 1983. Soulignons deux autres articles anglais précurseurs : "Playing Games with Film" de Gary Arlen dans *l'American Film* (1983) et "Clocking the Future" de Steven Bode dans *Sight and Sound* (1993).

allait être confirmé dans le numéro hors-série «Aux frontières du cinéma» des *Cahiers* en avril 2000. Pour les *Cahiers* d'ailleurs, Charles Tesson en tête, l'alliance ne peut que se renouveler.

Les jeux vidéo demeurent plus qu'un concurrent commercial au cinéma. « La fondation de cette «nouvelle Hollywood», soulignent Alain et Frédéric Le Diberder dans *L'univers des jeux vidéo*, est en train, sous nos yeux, d'inventer une nouvelle forme de culture » (1998 : 257). Et cette culture est directement branchée sur celle du cinéma. L'histoire du dixième art comme on l'appelle s'écrit en comparaison avec celle du septième. On compare les premiers jeux d'arcade au kinétoscope d'Edison (Slovin, 2001 : 139), les *PONG* (Atari, 1972) et *Space Invaders* (Taito, 1978) aux films des frères Lumière et de Méliès (Wolf, 2001 : 55). On dénonce la peur des jeux vidéo en la mettant en parallèle avec celle provoquée par le cinéma au début du siècle (notamment Murray, 1997 : 21-22). On se demande si les générations futures verront dans Lara Croft l'équivalent pour le 21^e siècle d'une Lillian Gish dans les films de Griffith (Jenkins, 2000). On prend toujours soin de faire ressortir la lente maturation des techniques cinématographiques en regard du progrès technologique ultra rapide des jeux vidéo (notamment, Jolivat, 1994 : 122). On se réfère enfin aux films via les jeux. Par exemple, Pierre Gaultier (2001) borde d'un trait que les armes employées dans les combats du *Pacte des loups* de Christophe Gans (2001) viennent directement du jeu *Soul Calibur* (Namco, 1999).

L'ascension des jeux vidéo a beaucoup changé les horizons d'attente de réalisateurs et des spectateurs au sujet de la mise en intrigue et de la mise en image. On le sait, la première réponse des réalisateurs à la dimension interactive des récits a consisté, dans le cadre linéaire du film, à expérimenter avec des façons de raconter des histoires qui tentent de recréer des expériences analogues à celle vécues durant un jeu vidéo. Outre les préfigurations comme le *Rashomon* (1950) de Kurosawa, les premiers « glissements du plaisir interactif » (dixit Vincent Ostria dans les *Cahiers du cinéma*) relevés comme tel sont repérables dans le maintenant célèbre *Groundhog Day* d'Harold Ramis (1993) où, à l'instar des jeux d'action du style tu-meurs-et-tu-recommences-ta-partie, le personnage joué par Bill Murray doit revivre le même jour jusqu'à ce qu'il réussisse tout correctement, et bien sûr dans *Smoking/No Smoking* de Resnais (1993) dont le récit, illustrant les conséquences possibles d'un geste posé ou non, renvoie à la structure arborescente des jeux d'aventure. Suivant une toute autre approche, on

retrouve cette même stratégie dans *Cours Lola Cours* (Tom Tykwer, 1998), comme on retrouve un développement narratif calqué sur les jeux d'aventure dans *The Game* (David Fincher, 1997) et l'origine de la trame de *Being John Malkovich* (Spike Jonze, 1999) dans les jeux de rôle. Et c'est sans compter les films qui prennent comme sujet l'univers des jeux vidéo, du célèbre *Tron* (Steven Lisberg, 1981) à *eXistenZ* (David Cronenberg, 1999) en passant par *Nirvana* (Gabriele Salvatores, 1997) ou *Level Five* (Chris Marker, 1997).

L'influence du jeu vidéo, certes mariée à celle du cinéma d'action d'Hong Kong, se fait aussi et peut-être surtout sentir au niveau esthétique. Les mouvements libres et arbitraires des personnages dans l'espace, les changements spatiaux abrupts réalisés par une caméra virtuelle ainsi que le rythme frénétique des *first/third-person shooters* demeurent certainement les effets ayant eu le plus d'impact dans l'imaginaire des réalisateurs. En ce sens, on a fait grand cas des séquences de combat du *Pacte des loups*. Il est aussi impossible de passer sous silence l'effet *bullet time* de *The Matrix* des frères Wachowski (1999). Choc tellement puissant que la publicité du jeu d'action *Max Payne* (3D Realm, 2001) repose notamment sur cette réplique tirée du site MSNBC : « A third-person shooter that borrows back all the magic that *The Matrix* stole from computer games, then doubles it with movies from Chinese film directors ». La résolution ainsi que le traitement de l'image des jeux vidéo ne cessant d'augmenter (on parle de ± 125 millions de polygones par seconde pour la Xbox, et de ± 60 millions pour la PlayStation 2) et l'utilisation des techniques numériques jouant maintenant un rôle de premier plan dans la production d'un film, l'écart entre ces deux formes de mise en image est de plus en plus mince (Wolf, 2001 : 6). D'autant plus que les nouveaux réalisateurs sont des *gamers*. Un article de Jeff Gordinier dans l'*Entertainment Weekly* intitulé « 1999 : The Year That Changed Movies » cerne bien les tenants de ce passage.

If the last wave of Hollywood rebels (Coppola, Scorsese, Rafelson) drew their creative sustenance from the global titans of the art house (Fellini, Truffaut, Kurosawa), the new brigade is just likely to find Paranasus in a Game Boy. (...) «If you're growing up cutting and pasting constantly on your laptop or your home computer, yes, then you look at visual information and visual storytelling that way», says Bill Block (président de Artisan Entertainment). «You look at scenes as just chunks — data chunks. To play with and move around. PlayStation Cinema, you could call it (Gordinier, 1999 : 41-41).

Si ce sont des réalisateurs issus de la génération X (nés 1961-1979 — suivant le découpage démographique de Michel Cartier (1999)) qui font les films populaires d'aujourd'hui, c'est la génération Nintendo (né 1980-1994), le public cible d'Hollywood, qui va les audio-voir. Réellement éduquée par une culture mondialiste façonnée par l'internet et les jeux vidéo, on concevra sans difficulté que cette dernière va à son tour transformer le septième art. En plus, cette génération Nintendo s'adressera à la génération PlayStation.

Sur l'internet, Hollywood a commencé depuis quelques années à tabler sur le ludique. Grâce aux technologies Shockwave et Flash, de plus en plus de sites de films offrent des jeux en ligne plus ou moins complexes. On pense au site de *I Still Know What You Did Last Summer* (Danny Cannon, 1998) qui nous plongeait en 1998 dans un petit labyrinthe 2-D (<www.spe.sony.com/movies/istillknow/index2.html >), à celui de *Requiem for a Dream* (Darren Aronofsky, 1999) qui consiste en une longue animation flash interactive sans information explicite sur la production du film (<www.requiemforadream.com/>) et enfin à celui de *A.I.* de Spielberg (2001) qui, en plus d'offrir de jouer sur le site même (<aimovie.warnerbros.com/>), lançait les internautes sur la piste de faux sites reliés au film. Les sites dédiés aux films ne sont plus de simples bases de données sur la production. Ils sont plutôt conçus comme des espaces de navigation, espaces impliquant une conduite ludique.

L'interactivité

Comme l'a mis en évidence Alain Le Diberder dans son article des *Cahiers du cinéma* de juin 1996, « la mode des jeux vidéo n'a pas seulement dopé l'industrie du cinéma. Elle a imposé un nouveau rapport du spectateur au récit : l'interactivité » (1996 : 122). De la sorte, on ne pouvait plus se contenter de films virtuellement interactifs. D'où l'apparition des films interactifs ou « films-jeux », à savoir des jeux en séquences vidéo réelles qui utilisent des acteurs et des techniques cinématographiques (par opposition aux jeux entièrement réalisés en 3-D) ⁸². Bien que le terme « film interactif » soit pour plusieurs, dont

⁸²- On appelle aussi ces jeux des jeux en FMV (Full Motion Video). Cette distinction est fondamentale parce qu'elle restreint l'étude à un petit corpus de productions. D'autre part, je

Le Diberder, un oxymoron — l'art de raconter ne passant pas par le contrôle du narrataire —, il n'en demeure pas moins qu'aucun autre produit multimédia ne franchit de manière plus explicite le seuil entre le monde du cinéma et celui du jeu vidéo. L'interactivité ou l'hyper-sélectivité dont il est question ici « donne la possibilité au spectateur d'intervenir sur le déroulement d'un récit de fiction à partir du moment où toutes les variantes et bifurcations possibles et imaginables de ce récit ont été prévues dans un programme informatique » (Ostria, 1994 : 68).

Force est de constater que les expériences commerciales⁸³ de cinéma interactif en salle ne sont pas très fécondes. On se souvient du tapage médiatique entourant la première salle new-yorkaise équipée avec le système de la compagnie Interfilm et présentant le court métrage interactif *I'm Your Man* (Bob Bejan, 1992). Le bras des fauteuils était pourvu d'une manette de jeu à trois boutons (rouge, vert et jaune) qui permettait aux spectateurs de voter une quinzaine de fois durant le film stocké sur un disque laser. Bill Franzblau, l'un des concepteurs du système, affirmait à l'époque : « Dans les années 70, les gens se rencontraient dans les discothèques. Puis, dans les années 80, dans les clubs de gymnastique. Pour les années 90, ce sera au cinéma interactif » (Guillon, 1993). La prophétie est loin de s'être réalisée. Et rien n'a changé en ce qui concerne l'actuel cinéma interactif développé par les Studios Immersion (<www.imm-studios.com>). Présenté au Centre ISCI du Vieux-Port de Montréal (<www.isci.ca>), le film interactif *Espace Vital* (2000) ne ressemble aucunement au jeu d'aventure éducatif promis. Parce qu'il faut détruire un virus caché dans le corps d'une astronaute pendant la séance, il s'agit plutôt d'un *shoot'em up* qui nous ramène à *Asteroids* (Atari, 1979) et qui demeure basé sur le vote du public ainsi que sur la vitesse de pitonnage (*clicking rate*) sur l'écran tactile. La séance durant à peine dix-huit minutes, le joueur n'a donc le temps ni de vivre une expérience immersive, parce que concentré sur sa petite console, ni de réfléchir à ses choix et à sa visite dans le corps humain. La réussite de la

précise "entièrement" étant donné que les films interactifs contiennent des scènes tournées devant des écrans bleus (*blue screens*) et/ou des lieux en 3-D à explorer.

⁸³ Je ne parle donc ni du premier film interactif ayant été présenté durant l'Exposition Universelle de Montréal en 1967, *Kino-Automat* de Raduz Cincera (cf. Naimark, 1990 : 457), ni de *The Erl King* (1986) et *Sonata* (1991/93), les "oeuvres de cinéma interactif" de Grahame Weinbren (cf. Weinbren, 1994).

conception est si mitigée qu'elle nécessite carrément un bominenteur dont la tâche principale n'est pas tant d'expliquer la procédure à suivre que de stimuler le public. Le cinéma traditionnel n'a rien à craindre de ce côté.

L'interactivité demeurant une affaire personnelle, l'essor des films interactifs va passer par l'industrie du jeu vidéo. Gravé sur des disques laser comme *Mad Dog McCree* (American Laser Games, 1990), les premières réalisations ont été des jeux de tir d'arcade et sont apparues au début des années 90. L'avènement du lecteur Quicktime en 1991 va aussi donner lieu à des expériences interactives comme celle de Greg Roach dans le court métrage interactif *The Wrong Side of Town* (1992). Mais c'est vraiment lorsque le cédérom est devenu en 1993 le nouveau standard de distribution qu'on va se mettre à jouer au cinéma à la maison sur son ordinateur. À l'instar de Frank Beau, il est préférable de parler de « films-jeux » (*movie-games*) en se référant à ses films interactifs parce que ceux-ci s'adressent d'abord et avant tout à un *gamer*. Incarnant toujours un personnage de la diégèse, le joueur doit frayer son chemin dans l'intrigue. Il doit explorer l'espace de jeu afin de trouver les indices et les outils nécessaires à la poursuite de son aventure et de sa quête. Pour finalement dénouer le noeud de l'intrigue, il lui faudra résoudre un nombre plus ou moins important de problèmes ou de casse-têtes. De façon exceptionnelle, des « films-jeux » ont été réalisés et pour être vus de façon linéaire et pour être joués. C'est le cas de la production française *La 6^e piste* (Integral Media, 1999) publiée sur cédérom et dont la version long métrage a été projetée à tout le moins une fois sur grand écran à Paris en octobre 1999 (Balthazard, 1999).

Si la production de « films-jeux » a atteint son apogée entre 1994 et 1996 ⁸⁴ pour diminuer peu à peu, à cause de l'influence de l'hyperréalisme et des grandes possibilités d'interaction en temps réel du 3-D, c'est aussi entre autres à cause de la lourdeur des fichiers vidéo et de la capacité de stockage du cédérom (650 mega octets) qui limitait la diversité des variantes et des bifurcations narratives et visuelles. L'introduction du DVD en 1997 (4,7 giga octets par face,

⁸⁴- Mentionnons quelques titres : *Under a Killing Moon* (Access Software, 1994), *Wing Commander III* (Origin, 1994), *The Dame Was Loaded* (Beam Software, 1995), *Johnny Mnemonic* (Propapangda Code, 1995), *Phantasmagoria I et II* (Serria, 1995-1996), *The Star Trek: et Borg* (Simon & Schuster Interactive, 1996), *Ripper* (Take 2 Interactive, 1996), *Urban Runner* (Sierra, 1996), etc.

sept fois la capacité du cédérom)⁸⁵ a pallié en quelque sorte à ce problème. Mais ce n'est pas tant la capacité de stockage de ce support qui a changé la donne, que sa popularité. Comparativement au disque laser des années 80, le DVD a, de concert avec les systèmes de cinéma maison, conquis les consommateurs. Cette conquête a entraîné une transition fondamentale qui vise davantage le spectateur de films et/ou le joueur occasionnel (*casual gamer*), à savoir que les « films-jeux » sont passés de l'écran de l'ordinateur du bureau de travail à celui du téléviseur du salon. En effet, au même degré que *Silent Steel* (1999, 1^{ère} éd. 1995), les « films-jeux » ne se conçoivent plus uniquement comme des DVDs-Rom ne pouvant être lus que par un ordinateur, mais aussi comme des DVDs pouvant être joués sur un lecteur standard. Le DVD redonne ainsi vie à des « films-jeux » comme *Sherlock Holmes. Consulting Detective* (1999, 1^{ère} éd. 1991) et à des films interactifs comme *I'm Your Man* (1998, 1^{ère} éd. 1992), celui-là même qui avait été projeté dans les seules salles new-yorkaises interactives en 1993 et qui trouve cette fois-ci beaucoup mieux son compte. D'autre part, certains films interactifs sont conçus spécialement pour être joués sur un lecteur DVD. *Tender Loving Care* (1999) et *PoV* (2001), tous deux de Rob Landeros et David Wheeler, font partie de ces nouvelles productions. Plus du côté du film que du côté du jeu, leur conception repose davantage sur des questions de perception que sur des résolutions de problème caractéristiques des jeux vidéo d'aventure. Durant *Tender Loving Care* par exemple, le spectateur doit donner son opinion au sujet des événements qu'il vient de voir et répondre en toute liberté aux questions d'un test de personnalité. Il sait que ses réactions influenceront la suite du récit, mais il ne sait pas comment. Suivant une distinction anglaise entre deux modalités de l'activité ludique, *play* (qui se déploie librement et qui est conçue au fur et à mesure qu'il se déroule) et *game* (qui se définit strictement par des règles qui en ordonnent le cours), *Tender Loving Care* ne s'adresse plus à un *gamer*, mais à un *player*. Ce dernier s'engage dans une activité se déployant librement, activité durant laquelle il n'a pas à se torturer les méninges pour trouver des

⁸⁵- Le futur disque Blue-Ray haute définition avec sa capacité de 27 giga octets par face pourra à son tour changer la donne. Mais dans la mesure où sa technologie basée sur une lumière bleue pour lire les informations n'est pas compatible avec celle du DVD actuel qui utilise une lumière rouge, sa mise en marché devrait être retardée afin de ne pas porter atteinte à l'énorme popularité du dit DVD.

solutions. Cela manifeste une sorte de fantaisie incontrôlée qui convient mieux à l'expérience recherchée par le spectateur de films (cf. Perron, 2002 et 2003).

Quoiqu'il en soit, le visionnement de films sur DVD ne va plus sans une part d'interactivité ou de jouabilité. Pour Graeme Harper (2001 : 24), le DVD fait le lien entre deux développements historiques importants : l'avènement à la fin des années 70 de la cassette vidéo qui a donné au spectateur une liberté de choix face au médium de masse qu'était la télévision, et l'ascension au milieu des années 80 de l'ordinateur personnel comme fournisseur de connaissances, pourvoyeur d'informations et, ajouterais-je pour ma part, centre d'amusement maison. Dès lors,

*DVDs promote and develop the idea of film as « game ». No longer do audiences simply enter a text expecting to follow its narrative from Point A through to Point Z and to respond to the film text a posteriori in ways which reflect personal, cultural, historical and/or aesthetic bias. The expectation that supplementary materials provides is not, in reality, supplementary at all. In the extreme case, as noted in the empirical work with children (des enfants de 7-9 ans qui, avant de regarder le film qu'ils n'avaient pas vu, ont joué plusieurs mois aux jeux inclus sur le DVD de *Stuart Little*), the core film narrative disappears entirely, forming the basis of a new narrative whose story is connected with the core but constructed under far more « personalised » methods (Harper, 2001 : 25).*

Le DVD de *Time Code* (Mike Figis, 1999) est un bon exemple de cette nouvelle appropriation. Alors que l'interactivité est mise en scène dans le film linéaire en divisant l'écran en quatre et en présentant quatre plans-séquences qui suivent simultanément un groupe de personnages à partir de quatre perspectives différentes, ce qui force le spectateur à choisir comment suivre l'histoire, une option interactive de mixage audio du DVD permet à ce dernier d'outrepasser le mixage entendu en salle et d'écouter ce qu'il veut bien. Et à la limite, les possibilités de zoom des lecteurs DVD permettent par surcroît de se concentrer sur l'un des quatre écrans. La valeur de reprise (*replay value*) des jeux vidéo s'applique maintenant de manière concrète aux films (on écouterait aussi un film une seconde fois avec le commentaire audio pleine durée de certains de ses artisans). L'exploitation de la dimension ludique intrinsèque du DVD renvoie pareillement à la culture des jeux vidéo. Il faut notamment chercher le lapin blanc et la pilule rouge durant *The Matrix* (1999) pour accéder à des bonus supplémentaires. Cette recherche vaut pour plusieurs DVDs puisqu'on y

retrouve des « oeufs de Pâques » (*Easter Eggs*), à savoir ces ajouts amusants (courte séquence vidéo, photos et biographies des concepteurs et programmeurs, crédits supplémentaires, etc) que cachaient au départ les concepteurs de jeu pour laisser leur signature et qui sont lentement devenus des éléments presque incontournables. La chaîne de clubs vidéo Blockbuster consacre même depuis octobre 2001 un page de son site aux « oeufs de Pâques » des DVDs (www.blockbuster.com/bb/article/details/0,,ART_249,00.html). *Citizen Kane* (Orson Welles, 1941) n'a pas échappé à cette pratique.

Les clubs vidéo (et il y maintenant les clubs de jeux vidéo) sont du reste l'incarnation réelle de cette synergie entre les deux industries, du moins en Amérique du Nord. On y loue et des films et des jeux vidéo. Pour tirer parti de l'alliance et des possibilités du DVD-Rom (le multimédia est aussi un plurimédia qui se publie sur diverses plateformes), on inclut sur certains DVDs des démos de jeu, comme c'est le cas pour ceux de *Lost in Space* (Stephen Hopkins, 1998), *The Cell* (Tarsem Singh, 2000) et, bien sûr, *Lara Croft : Tom Raider* (Simon West, 2001). On sait aussi que les nouvelles consoles comme la PlayStation 2 et la Xbox peuvent lire des films, mais on sait peut-être moins que des avancées technologiques voulaient permettre à des lecteurs DVD de jouer de jeux vidéo. C'était le cas de la plateforme Nuon qui a cependant fait faillite. Cette dernière, loin de vouloir entrer en compétition avec les consoles de jeux, s'adressait plutôt au spectateur de films. Si celui-ci n'est pas encore un joueur occasionnel, on désire fortement qu'il le devienne. Avec le téléchargement futur des films, cette pratique s'alliera certes avec les jeux en ligne.

Conclusion

Devant un tel survol, on se demandera inexorablement si les jeux vidéo représentent un danger pour le cinéma. Dans la lorgnette des médias interactifs, on pourrait au premier abord le penser.

Perhaps, suggests Mark Pesce, chair of the interactive media program at the University of Southern California, that's the way we're supposed to be. We're a species of storytellers and cave painters and hide-and-go-seek players. It could be that the 20th century's relatively passive entertainment – radio listening and TV

and movie watching – is unique to history, a temporary byproduct of primitive technologies. « Adults may have been wasting away over that hump period, » Pesce says (Copeland, 2000 : C-01).

Que le cinéma ne reste plus le divertissement de masse dominant est une chose, qu'on en prédise la mort en est une autre. L'art cinématographique va continuer d'évoluer. Tel que Guy Scarpetta l'a observé, l'avènement de la postmodernité (du baroque chez Scarpetta) a redonné au ludique la valeur qu'il avait perdue dans la modernité. Cessant de viser la réalité et travaillant sur des images *toujours déjà cinématographiques* (Scarpetta, 1985 : 52), le cinéma, comme le baroque (Scarpetta, 1989 : 20), généralise le jeu et la gratuité. On table davantage sur les jeux purement formels ainsi que sur les multiples jeux d'emprunt à la *Scream* (Wes Craven, 1996). Tout n'est qu'un jeu. Comme le revendique de façon fort juste Charles Tesson, c'est l'éloge de l'impureté qu'il faut faire. Tesson le notait en février 2002 dans un autre dossier des *Cahiers* sur les jeux vidéo :

Dès ses origines, le cinéma a regardé ailleurs, du côté du cirque, du vaudeville et du burlesque. Les jeux vidéo sont là, et l'impureté continue en appelant à une redéfinition à la base du grand cinéma populaire. Certains voient dans les jeux vidéo un danger pour le cinéma, une menace régressive. Aux Cahiers, on préfère y voir une chance, une vraie opportunité (p. 17).

La culture des jeux vidéo transforme en ce moment la façon dont le cinéma est perçu, reçu et consommé. De la sorte, s'il a été un temps où il était pertinent de conceptualiser le spectateur de films comme un décodeur ou un interlocuteur, il est aujourd'hui nécessaire de le percevoir autrement. Pour paraphraser le titre du célèbre ouvrage de l'anthropologue Johan Huizinga (1951, 1^{ère} éd. 1938), il est un *spectator ludens*. Le cinéma contemporain ne se conçoit plus sans un important rapport au ludique.

Bibliographie

ADAMO, Sue (1983). « Hollywood is Game », *Film Comment*, Vol 19 No 1, janvier/février, p. 40-41.

- ARLEN, Gary (1983). « Playing Games with Film », *American Film*, Vol 8 n° 8, juin, p. 20.
- BALTHAZARD, Jacques (1999). « La 6e piste : première mondiale », *Journal L'Alsace multimédia*, 20 octobre, [en ligne] <<http://www.alsapresse.com/jdj/99/10/20/mm/>>.
- BEAU, Frank (1996a). « Joueur versus spectateur », *Cahiers du cinéma*, No 502, mai, p. 14.
- BEAU, Frank (1996b). « Chronique d'une mutation annoncée », *Cahiers du cinéma*, No 503, Dossier Numérique, Virtuel, Interactif. Demain le cinéma, juin, p. 66-72.
- BODE, Steven (1993). « Clocking the Future », *Sight and Sound*, Vol 3 No 8, p. 10.
- CARTIER, Michel (1999). *2005 : La nouvelle société du savoir et son économie*, octobre, [en ligne] <<http://www.mmedium.com/dossiers/2005/>>.
- COPELAND, Libby (2000). « Games People Play », *Washington Post On line*, 13 avril, p. C-01, [en ligne] <<http://proxy.arts.uci.edu/igasp/press/wpost/wpost.htm>>.
- DIVERS (2000). *Cahiers du cinéma*, Aux frontières du cinéma, No hors série, avril.
- GAULTIER, Pierre (2001). « Jeu vidéo et cinéma », *Polygon online*, Dossiers : Les jeux vidéo, une culture influente et sous influence, mars, [en ligne] <<http://polygonweb.online.fr/cinema.htm>>.
- GORDINIER, Jeff (1999). « 1999 The Year That Changed Movies », *Entertainment Weekly*, No 514, 26 novembre, p. 39-49.
- GRASER, Marc (1999). « New Playground for Studios », *Variety*, 17 mai, [en ligne] <http://www.findarticles.com/cf_0/m1312/1_375/54701191/print.jhtml>.
- GRASER, Marc (2002) « H'wood's new big game hunt », *Variety*, 1-7 avril, p. 13 [en ligne] <http://www.findarticles.com/cf_0/m1312/7_386/84804594/p1/article.jhtml?term=H%3Fwood%3Fs+new+big+game+hunt>.
- GUILLON, Jacques (1993). « Premier cinéma interactif de New York : le spectacle est dans la salle », *La Presse*, 9 janvier.
- HARPER, Graeme (2001). « DVD - the Shift to Film's New Modernity », *Cineaction*, No 56, septembre, p. 20-25.
- HIGUINEN, Erwan et Charles TESSON (2002). « Jeux vidéo. La nouvelle alliance du film et du jeu », *Cahiers du cinéma*, Dossier : Cinéma et jeux vidéo : les nouvelles correspondances, No 565, février, p. 10-11.

- HUIZINGA, Johan (1951, 1^{ère} éd. 1938). *Homo ludens. Essai sur la fonction sociale du jeu*, Paris, Gallimard, Tel.
- ICHBIAH, Daniel (1997). *La saga des jeux vidéo*, Paris, Éditions Générales First - Pocket.
- JENKINS, Henry (2000). « Art Form for the Digital Age », *Technology Review*, p. 3, [en ligne]
<http://twist.lib.uiowa.edu/webclass/student/kapler_anne/tracingimage/index3.html>.
- JOLIVAT, Bernard (1994). *Les jeux vidéo*, Paris, P.U.F., Que sais-je ?
- LE DIBERDER, Alain (1996). « L'interactivité, une nouvelle frontière du cinéma », *Cahiers du cinéma*, Dossier Numérique, Virtuel, Interactif. Demain le cinéma, No 503, juin, p. 122-126.
- LE DIBERDER, Alain et Frédéric LE DIBERDER (1998). *L'univers des jeux vidéo*, Paris, Éditions La Découverte.
- MURRAY, Janet (1997). *Hamlet on the Holodeck. The Future of Narrative in Cyberspace*, New York, The Free Press, New York.
- NAIMARK, Michael (1990). « Realness and Interactivity », *The Art of Human-Computer Interface Design*, sous la direction de Brenda Laurel, Reading, Massachusette, Addison-Wesley, p. 455-459.
- OSTRIA, Vincent (1994). « Glissements progressifs du plaisir interactif », *Cahiers du cinéma*, No 476, février, p. 65-68.
- PERRON, Bernard (2002). « Jouabilité, bipolarité et cinéma interactif », *Hypertextes. Espaces virtuels de lecture et d'écriture*, sous la direction de Denis Bachand et Christian Vandendorpe, Nota Bene, Québec, p. 285-311.
- PERRON, Bernard (2003). « From Gamers to Players and Gameplayers : The Example of Interactive Movies », *The Video Game Theory Reader*, sous la direction de Mark J. P. Wolf et Bernard Perron, New York, Routledge, 2003.
- SCARPETTA, Guy (1985). *L'Impureté*, Paris, Éditions Grasset et Fasquelle.
- SCARPETTA, Guy (1989). *L'Artifice*, Paris, Éditions Grasset et Fasquelle.
- SEILER, Andy (2001). « L'été des singes et de Lara Croft », *La Presse*, 8 septembre, p. C-11. Article originalement publié dans le *USA Today* sous le titre : « Some films simmered, other flamed out ».
- SLOVIN, Rochelle (2001). « Hot Circuits. Reflections on the 1989 Video Game Exhibition of the American Museum of the Moving Image », *The Medium of Video*

- Game*, sous la direction de Mark J.P. Wolf, Austin, University of Texas Press, p. 137-154.
- SPECTOR, Josh (2001). « Hollywood puts on its game face », *Hollywood Reporter*, 1^{er} juin, édition quotidienne électronique, p. 2.
- TESSON, Charles (2002). « Le plaisir de l'écran », *Cahiers du cinéma*, Dossier : Cinéma et jeux vidéo : les nouvelles correspondances, No 565, février, p. 17.
- VALLETOUX, Thierry (1995). « Le cinéma dans l'enfer du jeu ! », *Studio*, Dossier spécial jeux vidéo, No 104, novembre, p. 116-121.
- WEINBERN, Grahame (1994). « Vers un cinéma interactif », *Trafic*, No 9, hiver, p. 115-128.
- WINNICOTT, D.W. (1975, 1^{ère} éd. 1971). *Jeu et réalité. L'espace potentiel*, Paris, Gallimard.
- WOLF, Mark J.P. (2001). « Introduction » et « Space in the Video Game », *The Medium of Video Game*, sous la direction de Mark J.P. Wolf, Austin, University of Texas Press, p.1-9 et 51-75.

(Cet article a été produit dans le cadre d'un projet de recherche sur le jeu et le cinéma, projet subventionné par le Conseil de recherches en sciences humaines du Canada (CRSH) et par le Fonds pour la Formation de Chercheurs et l'Aide à la Recherche (FCAR) du Québec.)