



**HAL**  
open science

# La représentation des joueuses de jeux vidéo. Analyse de l'image des joueuses dans la publicité, le streaming et le e-sport

Samantha Ouedraogo

## ► To cite this version:

Samantha Ouedraogo. La représentation des joueuses de jeux vidéo. Analyse de l'image des joueuses dans la publicité, le streaming et le e-sport. Sciences de l'information et de la communication. 2023. dumas-04420004

**HAL Id: dumas-04420004**

**<https://dumas.ccsd.cnrs.fr/dumas-04420004>**

Submitted on 26 Jan 2024

**HAL** is a multi-disciplinary open access archive for the deposit and dissemination of scientific research documents, whether they are published or not. The documents may come from teaching and research institutions in France or abroad, or from public or private research centers.

L'archive ouverte pluridisciplinaire **HAL**, est destinée au dépôt et à la diffusion de documents scientifiques de niveau recherche, publiés ou non, émanant des établissements d'enseignement et de recherche français ou étrangers, des laboratoires publics ou privés.

Copyright

## Mémoire de Master 2

Mention : Information et communication

Spécialité : Communication Management et culture

Option : Magistère, management, cultures et stratégies de communication

# La représentation des joueuses de jeux vidéo

## Analyse de l'image des joueuses dans la publicité, le streaming et le e-sport

Responsable de la mention information et communication  
Professeur Pascal Froissart

Tuteur universitaire : Barbara Losen

Nom, prénom : OUEDRAOGO Samantha

Promotion : 2022-2023

Soutenu le : 30/11/2023

Mention du mémoire : Très bien

# Remerciements

Je souhaiterais tout d'abord remercier ma directrice de mémoire, Madame Barbara Losen, pour son suivi, ses conseils et ses corrections tout au long de la rédaction de mon mémoire.

Je tiens également à remercier l'ensemble de l'équipe pédagogique du master 2 « Magistère, management, cultures et stratégies de communication » du CELSA pour la qualité de leur enseignement qui m'a permis d'acquérir un socle de connaissances et de compétences en communication qui m'a permis d'avoir les outils nécessaires à la réalisation de mon travail.

Je remercie en particulier Monsieur Olivier Aïm qui a su me donner les informations dont j'avais besoin lorsque j'ai rencontré des difficultés et mon tuteur professionnel, Monsieur Mickaël Ferloni, qui a accepté d'évaluer ce mémoire à la dernière minute et a ainsi rendu possible sa soutenance.

Je tiens enfin à remercier ma famille pour son soutien qui m'a permis d'arriver au bout de la rédaction de ce mémoire, malgré le moment difficile que nous traversons.

## Sommaire

|   |    |
|---|----|
| Introduction.....   | 1  |
| I) Qu'est-ce qu'une joueuse de jeux vidéo ? Masculinité et féminité dans l'univers du jeu vidéo.....                          | 7  |
| I.1) Le jeu vidéo et la masculinité.....  | 7  |
| I.2) La construction d'une figure de joueuse par l'industrie du jeu vidéo.....  | 10 |
| I.3) Les représentations féminines dans les jeux vidéo.....   | 13 |
| I.4) La « Gamer girl » et les stéréotypes des joueuses.....   | 18 |
| II) L'image des joueuses dans la publicité : entre avancées et persistance de biais genrés.....                               | 21 |
| II.1) <i>The Legend of Zelda : Skyward Sword</i> : des publicités plus inclusives.....  | 21 |
| II.1.A) Présentation du jeu vidéo <i>The Legend of Zelda : Skyward Swords</i> .....   | 21 |
| II.1.B) La recherche d'une représentation des joueuses plus équilibrée.....   | 23 |
| II.2) Persistance de certains biais genrés : l'exemple des publicités du jeu vidéo <i>Animal Crossing : New Horizon</i> ..... | 26 |
| II.2.A) Présentation du jeu <i>Animal Crossing : New Horizon</i> .....  | 26 |
| II.2.B) Une forte présence féminine dans les publicités du jeu.....   | 27 |
| II.2.C) Présence masculine et intégrations d'autres profils de joueurs.....   | 30 |
| III) Les streameuses : visages publics de joueuses.....   | 34 |
| III.1) Le fléau du cyberharcèlement chez les streameuses.....   | 34 |
| III.2) Maghla, portrait d'une streameuse multigaming.....   | 38 |
| III.2.A) Présentation.....  | 38 |
| III.2.B) Analyse du profil de Maghla.....   | 39 |
| III.3) Cruelladk, portrait d'une joueuse experte.....   | 43 |
| III.3.A) Présentation.....  | 43 |
| III.3.B) Analyse du profil de Cruelladk.....  | 44 |
| III.4) Figures atypiques de joueuses : les grand-mères.....   | 47 |
| IV) Les femmes dans le e-sport et le sport de compétition.....  | 51 |
| IV.1) La situation des femmes dans le e-sport et dans le sport professionnel.....   | 51 |
| IV.2) Clarisse Agbégénéou, judokate.....  | 55 |
| IV.2.A) Trajectoire d'engagement de Clarisse Agbégénéou.....  | 55 |
| IV.2.B) Clarisse Agbégénéou : une femme dans un sport de combat.....  | 57 |
| IV.3) Kayane, e-combattante.....  | 62 |
| IV.3.A) Trajectoire d'engagement de Kayane.....   | 62 |
| IV.3.B) Kayane : une femme dans le e-sport professionnel.....   | 64 |
| Conclusion.....   | 71 |
| Bibliographie.....  | 77 |
| Annexes.....  | 88 |
| Résumé du mémoire.....  | 93 |

## Liste des figures

|   |    |
|---|----|
| Figure 1: Capture d'écran du post Instagram de Maghla sur lequel on peut voir sa photo de profil.....   | 88 |
| Figure 2: Capture d'écran de l'écran d'attente de la streameuse Maghla sur Twitch.....  | 88 |
| Figure 3: Capture d'écran du studio de Maghla sur Twitch.....   | 89 |
| Figure 4: Capture d'écran du post de Maghla sur Instagram à l'occasion de sa collaboration avec Clarcks Original.....                                       | 89 |
| Figure 5: Capture d'écran de la story Instagram sur la participation de Maghla au défilé L'Oréal à l'occasion de la Fashion Week Printemps/été en 2023..... | 90 |
| Figure 6: Capture d'écran de la bannière de Cruelladk sur Twitch et de son écran d'attente.....   | 90 |
| Figure 7: Capture d'écran du compte Twitch de Cruelladk.....  | 91 |
| Figure 8: Capture d'écran d'un raid avec des abonnés lors d'un stream de Cruelladk sur Twitch.....  | 91 |
| Figure 9: Capture d'écran du personnage de Cruelladk sur le site web de World of Warcraft.....  | 92 |

## Introduction

Dans une étude publiée par le Syndicat des Éditeurs de Logiciels de Loisirs (SELL) intitulée « Les Français et le jeu vidéo en 2022 »,<sup>1</sup> le jeu vidéo est présenté comme un loisir devenu largement grand public. Ainsi, 70 % des Français âgés de plus de 10 ans jouent aux jeux vidéo au moins occasionnellement. Le jeu vidéo n'est plus, comme à ses débuts, un divertissement de niche et est devenu une pratique courante pour toutes les tranches d'âge. L'étude indique également que, parmi les personnes qui jouent aux jeux vidéo, 49 % sont des femmes. Pourtant, dans les imaginaires, le jeu vidéo est encore vu comme un espace masculin. Le philosophe Mathieu Triclot déclare d'ailleurs à ce sujet : « de la production à la consommation en passant par la figuration et les différentes formes culturelles produites, le jeu vidéo apparaît comme un médium marqué par le sexisme à tous les étages, produit en grande majorité par des hommes pour des hommes. »<sup>2</sup>

La question du sexisme dans les jeux vidéo est posée par les chercheurs dans trois domaines. Le premier est celui de la production. Malgré des améliorations récentes, les studios de jeux vidéo restent encore très masculins. D'après le sondage « Les jeux vidéo une industrie de plus en plus mixte » publié par l'association Women in games, seuls 22 % des employés dans les studios de développement sont des femmes, un chiffre en augmentation puisqu'elles ne représentaient que 10,6 % des salariés en 2014.<sup>3</sup> Cette augmentation n'est pas anecdotique et nous laisse espérer un futur paritaire. Malgré cela, nous ne pouvons que constater que, pour le moment, l'industrie continue d'être largement dominée par des hommes. Le sondage « Les Français et les jeux vidéo » indique également que les hommes seraient plus intéressés par l'idée de travailler dans ce milieu que les femmes, et ce quelle que soit la tranche d'âge choisie. Cela est d'autant plus remarquable chez les 18-24 ans, avec 36 % des femmes interrogées qui disent vouloir travailler dans l'industrie contre 56 % des hommes.<sup>4</sup> Or, cette tranche d'âge est essentielle puisqu'elle constitue le moment des études supérieures et de l'entrée dans le monde professionnel. Ce manque d'intérêt des femmes pourrait en partie s'expliquer par l'association entre jeu vidéo et hommes, mais aussi par l'hostilité de certains joueurs qui pourrait les décourager de travailler dans l'industrie.

---

1 SELL, « Les français et le jeu vidéo en 2022 » [en ligne], *AFJV*, 2022, URL :

[https://www.afjv.com/news/11037\\_etude-francais-jeux-video-2022.htm](https://www.afjv.com/news/11037_etude-francais-jeux-video-2022.htm), consulté le 5 décembre 2022.

2 Mathieu Triclot, « Où passe le genre ? Les jeux vidéo au prisme des théories féministes du cinéma » dans : Fanny LIGNON, *Genre et jeux vidéo*, Toulouse, Presses Universitaires du Midi, 2015, p. 19-20.

3 WOMEN IN GAMES, « Le jeu vidéo, un médium et une industrie de plus en plus mixte » [en ligne], *AFJV*, 2022, URL : [https://www.afjv.com/news/10934\\_jeux-video-medium-industrie-mixite-homme-femme.htm](https://www.afjv.com/news/10934_jeux-video-medium-industrie-mixite-homme-femme.htm), consulté le 5 décembre 2022.

4 SELL, « Les français et le jeu vidéo en 2022 » [en ligne], *AFJV*, *op. cit.*

Les contenus des jeux vidéo font aussi souvent l'objet de critiques et d'accusation de sexisme. Les représentations genrées peuvent souvent être excessivement stéréotypées. On peut ainsi voir des personnages masculins au corps extrêmement musclé et des personnages féminins avec des poitrines énormes. Les personnages féminins ont d'ailleurs longtemps été passifs, réduits à des rôles de femmes-trophées ou une demoiselle en détresse. Aujourd'hui, les personnages féminins actifs sont répandus, mais continuent d'être souvent stéréotypés et hypersexualisés.

Enfin, le dernier point où s'étudie la question du genre concerne les consommateurs, c'est-à-dire les communautés de joueurs. L'image du consommateur de jeu vidéo reste masculine, malgré les évolutions récentes. Face à cela, les femmes peuvent rapidement faire face à des attaques sexistes. Certaines joueuses choisissent de les dénoncer mais s'exposent en contrepartie à des menaces. Fanny Lignon constatait déjà des tensions autour de cette question en 2015 :

Les débats récents au sein de la communauté des gamers sur le sexisme, montrent qu'interroger les jeux sous l'angle du genre est une question centrale et urgente. La violence des réactions envers les vidéos d'Anita Sarkeesian, qui analysent et dénoncent les stéréotypes féminins en vigueur dans les jeux, témoigne de cette urgence : la réalisatrice a été menacée de viol et de mort, un jeu flash a été créé permettant de la frapper virtuellement. [...] Il suffit de taper sur Internet les mots « sexisme » et « jeux vidéo », de surfer un peu sur les forums dédiés, pour se rendre compte que le problème – tout à la fois global, diffus et indéfiniment plus complexe qu'il n'y paraît à première vue – doit être questionné.<sup>5</sup>

Ces tensions existent encore, huit ans après, comme le montrent les dénonciations récentes de harcèlement par de nombreuses streameuses de jeux vidéo qui ont fait le tour des médias. Malgré le fait que les joueuses ont aujourd'hui gagné en visibilité sur les réseaux sociaux et les médias, ces dernières continuent d'être confrontées à un grand nombre de stéréotypes, mettant en doute leurs compétences ou les sexualisant. La visibilité des joueuses joue un rôle important. Cela permet d'une part de montrer qu'il y a beaucoup de femmes qui jouent aux jeux vidéo, mais aussi de leur redonner une individualité en les éloignant des stéréotypes. Elles ont ainsi une influence globale sur la communauté du gaming en promouvant, par leur simple présence, plus d'inclusivité. Dans ce contexte, il apparaît important d'étudier les représentations des joueuses, qu'elles proviennent des publicitaires, des médias ou des joueuses elles-mêmes. Il faut également prendre en compte les images passées, qui ont eu des impacts à long terme sur les représentations des joueuses, créant ainsi une sorte de mythologie des joueuses de jeux vidéo. Face à ces figures qui s'opposent à l'archétype du joueur, les réactions peuvent être particulièrement violentes et avoir des répercussions sociales et psychologiques importantes pour les joueuses victimes de ce phénomène. Cela implique également que les joueuses, lorsqu'elles s'exposent au regard des autres en ligne, doivent toujours prendre en compte les stéréotypes. À cela s'ajoute la faible visibilité des joueuses

---

5 Fanny Lignon, « Introduction : Du genre et des jeux vidéo » dans : Fanny LIGNON, *Genre et jeux vidéo*, *op. cit.*, p. 9-10.

professionnelles, qui résulte d'un problème d'inégalités entre hommes et femmes dans l'accès aux communautés de gaming. C'est de cette interaction que peut naître une image des joueuses. Dans quelle mesure la construction sociale de l'image des joueuses de jeux vidéo peut-elle expliquer les difficultés relatives à leur reconnaissance sociale ?

Plusieurs hypothèses guideront notre développement. La première est que l'image des joueuses est en partie forgée par l'industrie du jeu vidéo par le biais de la publicité. Au début de l'histoire du jeu vidéo, il était rare de voir une femme joueuse. Aujourd'hui, elles paraissent omniprésentes. Les publicitaires prennent en compte la nécessité de l'inclusivité en montrant des individus ne correspondant pas à l'archétype du gamer, que ce soient des femmes, des personnes de couleur ou encore des LGBTQ+. Dans la publicité, la nécessité est d'une part de montrer des figures de joueurs diversifiées, mais aussi d'éviter certains biais sexistes. L'industrie joue donc un rôle central dans la construction d'une image des joueuses.

Notre deuxième hypothèse est que les stéréotypes associés aux joueuses ont un impact sur les streameuses de jeux vidéo. Ces femmes, qui constituent des figures publiques de joueuses, sont en à l'avant-garde des attaques que subies par l'ensemble des joueuses. Du fait de leur visibilité, ces dernières sont plus exposées au risque de harcèlement que des joueuses anonymes. Nous supposons donc que ces joueuses doivent en permanence réfléchir à l'image qu'elles renvoient à leur public afin d'éviter d'être accusées de jouer aux jeux vidéo uniquement pour attirer les joueurs masculins, incapables de parler à des filles dans la vie de tous les jours.

Notre dernière hypothèse est que l'image des joueuses de e-sport est impactée par les stéréotypes que subissent les joueuses, et peut être rapprochée de la situation des sportives professionnelles. Les femmes sont moins encouragées que les hommes à pratiquer du sport. On associe par exemple le jeu des petits garçons au football ou à la bagarre, tandis que le jeu des petites filles correspond plutôt à jouer à la poupée ou à la dinette. De même, dans le milieu du sport, les femmes ont dû lutter pour pouvoir réussir à se professionnaliser et à participer à des compétitions. Malgré ces avancées, des inégalités persistent et les sportives sont encore impactées par des stéréotypes liés à leur apparence et au type de sport qu'elles devraient pratiquer. Les joueuses de jeux vidéo professionnelles sont, elles, très peu visibles. Malgré le fait que la majorité des tournois sont mixtes, la pratique à haut niveau reste encore difficile d'accès pour les joueuses. Comme le sport, le jeu vidéo est d'abord associé aux hommes. Des parallèles pourraient donc exister entre la situation des joueuses professionnelles et celle des sportives.

Pour répondre à notre problématique et vérifier nos hypothèses, nous avons choisi de nous appuyer sur un socle théorique qui aura pour objectif d'éclaircir nos analyses. Nous nous commencerons par nous appuyer sur des livres portant sur la question du genre dans les jeux vidéo, au travers de deux ouvrages collectifs, *Genre et jeux vidéo*, publié en 2015 et dirigé par Fanny Lignon,<sup>6</sup> et *From Barbie to Mortal Combat : Gender and Computer Games*, publié en 2000 et dirigé par Justine Cassell et Henry Jenkins.<sup>7</sup> Ces deux livres permettent de donner une vision globale de ce que les chercheurs ont pu remarquer concernant le genre dans le jeu vidéo, et permettra ainsi de comprendre les biais sexistes dans l'univers du jeu vidéo et leur impact sur l'image des joueuses. Cependant, il est aussi nécessaire d'avoir un point de vue général sur les études de genre afin de mieux comprendre ce qui se passe dans le milieu du gaming. C'est pourquoi nous nous intéresserons aux théories développées par R. W. Connell dans son livre fondateur sur les rapports de genre, *Masculinities*.<sup>8</sup> Cela nous permettra de mieux appréhender la notion de masculinité, qui est encore aujourd'hui très rattachée au domaine du jeu vidéo. Après avoir posé ces premiers jalons théoriques, nous pourrons nous tourner vers des analyses de divers supports de représentation des joueuses. Il s'agira d'étudier trois domaines dans lesquels les joueuses sont présentes et contribuent ainsi à former une certaine image des joueuses, tout en étant elles-mêmes impactées par les stéréotypes qui leur sont encore rattachés.

Le premier sera la publicité qui met en scène les joueuses telles que les voit l'industrie. Il s'agit également pour les publicitaires de donner une certaine image de leur marque et de leur accessibilité en fonction du public. Les publicités que nous étudierons seront replacées dans la chronologie des jeux qui les ont précédés, afin de mettre en évidence les évolutions de la place des femmes dans ces publicités. Pour cela, nous nous baserons sur la méthode d'analyse qui suit la règle des trois unités proposée par Geneviève Cornu dans le livre *Sémiologie de l'image dans la publicité*.<sup>9</sup> Pour cette étude, nous commencerons par analyser le jeu vidéo choisi en lui-même et ses caractéristiques afin de les situer dans le spectre des jeux rattachés aux hommes ou aux femmes. Nous analyserons ensuite plusieurs publicités d'un jeu vidéo en nous intéressant aux caractéristiques des joueuses représentées au regard des stéréotypes des joueuses (rôle, performance) et en prenant en compte le nombre de joueuses représentées dans les publicités choisies. En effet, une présence très importante de femmes ou d'hommes pourrait être le signe que la publicité s'adresse à un public de joueuses et/ou de joueurs. À cela devra s'ajouter une analyse de la promesse de vente et des particularités

---

6 Fanny LIGNON, *Genre et jeux vidéo*, op. cit.

7 Justine CASSELL, Henry JENKINS, *From Barbie® to Mortal Kombat: Gender and Computer Games*, Reprint édition, Cambridge, Mass., The MIT Press, 2000.

8 R. W. CONNELL, *Masculinities*, 2ème édition, Berkeley, Calif, University of California Press, 2005.

9 CORNU GENEVIÈVE, *Sémiologie de l'image dans la publicité*, Paris, les Éd. d'Organisation, coll. « EO sup », 1990.



prises en avant dans les publicités des jeux vidéo choisis, qui nous permettra de proposer une analyse complète de l'image des joueuses.

Nous étudierons également la représentation des joueuses dans le streaming de jeux vidéo. Ces dernières doivent se créer une image publique qu'il conviendra d'analyser pour comprendre quelles images des joueuses elles renvoient à la société, mais aussi comment ces dernières peuvent être influencées par les stéréotypes. Pour cette étude, nous avons choisi de nous focaliser sur la plateforme de streaming Twitch. Pour mieux appréhender tous les aspects de l'image des streameuses, nous nous intéresserons également à leur communication sur les réseaux, et plus particulièrement sur Youtube, Instagram, et X (Twitter). Leurs apparitions dans des journaux et leurs collaborations avec des marques seront aussi un moyen d'analyser leurs images publiques. Pour cette partie, le livre de la sociologue T. L. Taylor consacré au streaming de jeux vidéo, *Watch Me Play: Twitch and the Rise of Game Live Streaming*,<sup>10</sup> sorti en 2018, nous permettra de proposer une analyse approfondie des streameuses, en expliquant quelques éléments de contextes concernant les streameuses et les attaques qu'elles subissent du fait de leur genre.

Notre dernier terrain d'étude sera le e-sport professionnel et le sport de haut niveau. Cette analyse prendra la forme d'une étude comparée qui nous permettra de comprendre quels sont les points communs et les différences dans la représentation des femmes dans ces deux milieux. Pour ce terrain, nous étudierons, comme pour les streameuses, les réseaux sociaux et leurs apparitions médiatiques. Cependant, notre analyse se focalisera davantage sur l'étude de textes autobiographiques, qui permettront de mettre en avant l'image qu'elles ont choisie de se créer, que ce soit au travers de leur engagement ou des différents moments de leur vie où la question de leur genre dans une discipline considérée comme masculine s'est posée. Un autre livre de Taylor nous guidera pour cette partie, *Raising the stakes: E-sports and the professionalization of computer games*, sorti en 2015<sup>11</sup>, qui expose les spécificités de la question du genre dans le e-sport.

Pour mener à bien notre étude, nous étudierons dans une première partie ce que la littérature peut nous dire sur la construction de l'image des joueuses. Il s'agira de comprendre la place de la masculinité dans le jeu vidéo, un concept qui est bien plus complexe qu'il ne semble. Nous verrons également le rôle de l'industrie dans la création d'une image stéréotypée des joueuses en cherchant à leur vendre des jeux spécifiquement créés pour elles. Nous réfléchirons à la place des représentations féminines dans les jeux vidéo et à l'impact que ces dernières peuvent avoir sur la

---

10 T. L. TAYLOR, *Watch Me Play: Twitch and the Rise of Game Live Streaming* [en ligne], Princeton ; Oxford, Princeton University Press, 2018, URL : <http://watchmeplay.cc/wp-content/uploads/2018/10/WatchMePlayCC.pdf>.

11 T. L. TAYLOR, *Raising the Stakes: E-Sports and the Professionalization of Computer Gaming*, Édition réimprimée, Cambridge, Mass, The MIT Press, 2015.

vision des joueuses dans les communautés. La partie se finira par une description des stéréotypes associés aux joueuses, et nous permettra d'expliquer quels rôles les éléments évoqués auparavant ont pu jouer dans leur création.

La deuxième partie sera consacrée à notre étude de la publicité. Cette dernière s'appuiera sur les éléments théoriques vus dans la première partie et nous permettra de voir comment l'image de la joueuse a évolué aujourd'hui. Les publicités étudiées sont récentes mais appartiennent à des séries qui existent depuis longtemps. Cela nous permettra d'étudier en détail les évolutions qui ont eu lieu, que ce soit les améliorations ou les biais sexistes qui peuvent persister. Pour cela, nous étudierons les publicités de deux jeux sortis sur Nintendo Switch, *The Legend of Zelda : Skyward Sword* et *Animal Crossing : New Horizons*. Nous nous appuierons également sur les caractéristiques de ces deux jeux vidéo afin de comprendre quels stéréotypes pourraient leur être associés.

Dans une troisième partie, nous nous focaliserons davantage sur l'étude des streameuses de jeux vidéo au travers de deux figures, Maghla et Cruelladk. Ces deux joueuses ont des profils différents, la première étant une streameuse multigaming,<sup>12</sup> et la seconde, une experte du jeu *World of Warcraft*. Nous présenterons d'abord plusieurs éléments généraux concernant le paysage dans lequel les streameuses évoluent, puis nous étudierons les profils de ces joueuses, en nous intéressant à la manière dont elles se présentent sur leur réseau pour construire leur persona de joueuses. Cela nous permettra de regarder les différents aspects qu'elles choisissent de mettre en avant. Dans une dernière sous-partie, nous nous intéresserons aux grands-mères gameuses qui publient des vidéos de sur Youtube. Ces joueuses sénières rencontrent un grand succès alors même qu'elles constituent des figures de joueuses doublement marginales par leur genre et leur âge.

La dernière et quatrième partie nous mènera au gaming de haut niveau en proposant une étude comparée des sportives et des joueuses professionnelles. Nous verrons quelques considérations générales sur les inégalités d'accès et les stéréotypes qui existent dans les milieux du sport et du jeu vidéo. Après cela, nous étudierons deux femmes : la judokate Clarisse Agbégénou et la joueuse professionnelle spécialisée dans les jeux de combat, Kayane. Ces deux jeunes femmes, qui ont presque le même âge, ont en commun l'univers du combat, qui, que ce soit dans le sport ou dans le milieu du jeu vidéo, constitue sans doute une des activités les plus masculines. Cette étude comparée s'appuiera principalement sur les autobiographies que chacune de ces femmes a écrit retraçant leur parcours. Nous nous intéresserons aussi à leur présence dans les médias et sur les réseaux sociaux.

---

12 Un streamer ou une streameuse multigaming joue à différents types de jeux vidéo, sans se spécialiser dans un genre particulier.

# I) Qu'est-ce qu'une joueuse de jeux vidéo ?

## Masculinité et féminité dans l'univers du jeu vidéo

Dans cette première partie, nous allons poser des premiers jalons théoriques qui nous seront utiles pour nos analyses. Nous commencerons par analyser les liens qui existent entre masculinité et jeu vidéo au niveau de l'industrie elle-même. Ce sera l'occasion pour nous d'évoquer les origines de ce médium, issu de deux domaines considérés comme masculins, la technologie et l'armée. D'un autre côté, nous verrons en quoi les jeux vidéo entretiennent des rapports complexes avec la masculinité, en revenant sur la place du jeu vidéo dans la culture geek. Nous verrons dans une seconde partie comment l'industrie a conçu un imaginaire de la joueuse au travers de jeux vidéo spécifiquement créés pour elles, et en quoi cela a pu renforcer les stéréotypes concernant les femmes et les jeux vidéo. Dans une troisième sous-partie, nous nous pencherons davantage sur le contenu des jeux vidéo en nous intéressant à l'évolution des représentations féminines. Nous finirons cette première partie avec la présentation de la « gamer girl », une figure qui concentre l'ensemble des stéréotypes sur les joueuses de jeux vidéo.

### I.1) Le jeu vidéo et la masculinité

Encore aujourd'hui, une majorité de personnes considère les jeux vidéo comme un médium masculin malgré la hausse du nombre de joueuses. Pourtant, selon le focus n°21 de l'Observatoire des images « Le jeu vidéo : un «no woman's land»? », les jeux vidéo, à leurs débuts, ne ciblaient pas particulièrement les hommes :

Pourtant, les premières consoles et plateformes n'étaient pas genrées : les bornes d'arcade étaient installées dans des lieux publics, et des jeux comme *Pacman* ou *Space Invaders* ne ciblaient pas spécifiquement les hommes. Mais dans les années 1980, le jeu vidéo est progressivement commercialisé comme un produit à destination des garçons : la sortie de la « Game Boy » par Nintendo en 1989 vient entériner cette perception.<sup>13</sup>

Ainsi, ce n'est que dans les années 1980 que le jeu vidéo a véritablement été considéré comme masculin. Avant de nous intéresser aux raisons pouvant expliquer cette vision masculine du jeu vidéo, revenons sur la notion de « masculinité ». Pour cela, nous nous appuyerons sur la définition élaborée par la sociologue australienne Raewyn Connell, qui définit la masculinité comme « à la fois une place dans les relations entre les sexes, les pratiques par lesquelles les hommes et les femmes s'engagent dans cette place, et les effets de ces pratiques dans l'expérience corporelle, la personnalité et la culture. »<sup>14</sup> Pour Connell, le genre est relationnel et définit ce que les corps font dans l'espace. Un des principes directeurs de ces relations est la reproduction, y compris dans des

13 OBSERVATOIRE DES IMAGES, « Le jeu vidéo : un «no woman's land»? » [en ligne], 2015, URL : <http://www.observatoiredesimages.org>, consulté le 21 février 2023.

domaines où elle semble ne pas intervenir, comme l'État ou le capital. Il n'existe pas une masculinité, mais des masculinités qui interagissent entre elles, mais aussi avec la féminité.<sup>15</sup> Les masculinités forment un système relationnel qu'elle divise en plusieurs groupes non fixes, pouvant évoluer avec le temps. Le premier est la masculinité hégémonique qu'elle définit comme « la configuration des pratiques de genre qui constitue actuellement la réponse acceptée au problème de la légitimité du patriarcat, qui garantit (ou est censé garantir) la position dominante des hommes et la subordination des femmes »<sup>16</sup>. Les masculinités appartenant à ce groupe sont sans cesse remises en question par d'autres formes de masculinités et les femmes. D'autres masculinités lui sont « subordonnées », ce qui est le cas des homosexuels mais aussi d'hommes ne correspondant pas au modèle dominant, qui sont alors sans cesse rapprochés de la féminité qui se situe tout en bas de la hiérarchie des rapports de genres.<sup>17</sup> Enfin, les derniers types de masculinités sont « complices » de la masculinité hégémonique. Elles ne correspondent pas complètement au modèle dominant mais profitent des avantages sociaux que leur offre la patriarchie en tant qu'hommes.<sup>18</sup> Ces trois modèles interagissent ensuite avec d'autres facteurs comme la classe sociale et l'origine, qui entraînent la marginalisation de certaines masculinités.<sup>19</sup>

Dans ce contexte, la place du joueur de jeu vidéo est complexe, d'autant plus que cette dernière a évolué ces dernières années. T. L. Taylor parle de la « masculinité geek » dans laquelle se placent les joueurs.<sup>20</sup> La masculinité geek s'est construit en opposition avec la masculinité issue du monde du sport. Elle reprend les idées de compétition et de fraternité mais les éloigne de leur aspect physique pour les placer dans l'univers technologique et informatique. Cette forme de masculinité peut s'opposer à la masculinité hégémonique, au point d'être un espace où les hommes ne correspondant pas au modèle dominant, comme les homosexuels, peuvent trouver leur place parce que, comme le souligne Taylor, la sexualité n'y est pas une question centrale. Dans son livre, Connell place la masculinité geek parmi les masculinités subordonnées. Or, selon Taylor, cette masculinité a aujourd'hui en partie rejoint la masculinité hégémonique. Elle explique cela en partie par le fait que la maîtrise de la technologie est un trait qui a longtemps été à la masculinité et qui est

---

14 R. W. CONNELL, *Masculinities*, *op. cit.*, p. 71. « "Masculinity" , to the extent the term can be briefly defined at all, is simultaneously a place in gender relations, the practices through which men and women engage that place in gender, and the effects of these practices in bodily experience, personality and culture. » Traduction personnelle en français.

15 *Ibid.*, p. 71-72.

16 *Ibid.*, p. 77. « Hegemonic masculinity can be defined as the configuration of gender practice which embodies the currently accepted answer to the problem of the legitimacy of patriarchy, which guarantees (or is taken to guarantee) the dominant position of men and the subordination of women. » Traduction personnelle en français.

17 *Ibid.*, p. 78-79.

18 *Ibid.*, p. 79.

19 *Ibid.*, p. 80.

20 Pour cette partie, voir T. L. TAYLOR, *Raising the Stakes: E-Sports and the Professionalization of Computer Gaming*, *op. cit.*, p. 110-114.

plutôt valorisée. Le lien entre jeux vidéo et maîtrise de la technologie lui permet ainsi de rejoindre la masculinité hégémonique.

Ce lien entre masculinité et jeu vidéo a eu un impact à long terme sur leur conception. Mathieu Triclot explique ainsi l'impact qu'a eu l'absence de femmes parmi les développeurs de jeux vidéo dans ses premières années sur l'industrie actuelle :

Si l'on examine, par exemple, la première période de l'histoire du jeu vidéo, avec les jeux produits dans les institutions d'enseignement et de recherche au cours des années 1960 et 1970, aucun nom féminin n'apparaît tout simplement parmi les développeurs de jeux. Certes, la situation des années 1960 et 1970 n'est pas représentative de la situation actuelle, mais le médium jeu vidéo a hérité de cette période un ensemble de traits structurels, dans la prise en charge de l'interactivité propre au jeu vidéo, dans la structuration des espaces de jeu, dans les thématiques mises en avant. L'expression de Stephen Kline, Nick Dyer-Whitford et Greg De Peuter, qui parlent de la « masculinité militarisée » des jeux vidéo, désigne ce même biais.<sup>21</sup>

Les premiers développeurs de jeux vidéo étaient donc majoritairement des hommes dans les années 1960-1970. Cela est en partie lié au lien que nous avons évoqué entre technologie et masculinité. Selon l'Observatoire des images, les femmes étaient pourtant très présentes dans les débuts de la programmation informatique, domaine dans lequel Ada Lovelace a été une pionnière. Ce n'est qu'avec l'arrivée des géants de la technologie que les hommes ont commencé à véritablement s'intéresser à la programmation. Cela a permis une valorisation du métier, autrefois considéré comme subalterne, mais a provoqué en contrepartie une masculinisation de la profession.<sup>22</sup> Le jeu vidéo est lui-même issu de ce domaine, ce qui explique la masculinité de ce domaine. Mais comme l'indique Mathieu Triclot dans la citation précédente, cela est aussi en partie lié au concept de « masculinité militarisée » qui caractérise un grand nombre de jeux vidéo. Or, le domaine militaire se caractérise lui aussi par son lien avec la masculinité hégémonique selon Connell.<sup>23</sup> Le concept de « masculinité militarisée » a été créé par Stephen Kline, Nick Dyer-Witford et Greig de Peuter en 2003 pour désigner « un réseau sémiotique partagé tournant autour de sujets de guerre, de conquête et combat »<sup>24</sup> dans l'univers du jeu vidéo. Cela passe selon eux au travers de plusieurs genres, comme les jeux de tir, de stratégie, d'action ou encore de rôle. Sébastien Genvo montre dans son article qu'il existe en effet un lien originel entre industrie du jeu vidéo et armée :

Les jeux vidéo ont été initialement développés sur des machines conçues pour faciliter la modélisation de situations de guerre. *Spacewar*, développé en 1962 et souvent considéré comme le premier jeu vidéo de l'histoire, est par exemple issu des expérimentations d'un étudiant du MIT (qui faisait partie du

---

21 Mathieu Triclot, « Où passe le genre ? Les jeux vidéo au prisme des théories féministes du cinéma » dans : Fanny LIGNON, *Genre et jeux vidéo*, op. cit., p. 20.

22 OBSERVATOIRE DES IMAGES, « Le jeu vidéo : un « no woman's land » ? » [en ligne], op. cit.

23 R. W. CONNELL, *Masculinities*, op. cit., p. 77.

24 Stephen KLINE, Nick DYER-WITHEFORD, Greig de PEUTER, *Digital Play: The Interaction of Technology, Culture, and Marketing*, Montréal ; London, McGill-Queen's University Press, 2003, p. 255.: « a shared semiotic nexus revolving around issues of war, conquest, and combat ». Nous reprenons ici la traduction française proposée par Genvo dans l'article « Du rôle de la masculinité militarisée dans la médiation ludique sur support numérique »..

mouvement hacker), dans un contexte de guerre froide où les instituts de recherche technologique étaient largement subventionnés par des fonds de soutien en provenance d'organismes comme l'agence des projets de recherche avancée du Pentagone. Ce contexte de naissance a joué un rôle important par la suite dans le développement de l'industrie, l'armée ayant toujours supporté le secteur pour la conception de certaines de ses technologies. Déjà en 1980, le jeu *Battlezone Atari*, un simulateur de tank, avait été racheté par l'armée américaine dans une version modifiée, ceci dans le but d'entraîner ses soldats. La liste des logiciels ayant fait l'objet de ce genre de rachat ne cesse alors d'augmenter. En 2002, l'armée américaine développe son propre jeu, *America's Army*, disponible gratuitement par téléchargement sur un site internet dédié.<sup>25</sup>

Ainsi, le jeu vidéo a également un lien avec l'armée, un autre espace masculin. Genvo nuance cette idée en précisant que les causes de la présence de la « masculinité militarisée » dans les jeux vidéo peuvent aussi être marketing. Un autre élément intéressant concernant cette question du lien entre le domaine militaire et le jeu vidéo est lié à la figure du créateur de jeu vidéo. Dans un article, Marion Coville étudie des récits de vie des créateurs de jeux vidéo<sup>26</sup>. Elle remarque que ces derniers se caractérisent souvent par un intérêt précoce pour l'informatique mais aussi deux autres « moteurs » : « la passion et la conquête ». Elle appelle « passion » tout ce qui, dans le récit, est lié à l'aspect créatif du développement de jeux vidéo. Ce qui va nous intéresser ici est le second aspect, celui de la conquête, qu'elle lie au concept de « masculinité militarisée ». Elle s'appuie sur des passages du livre *La saga des jeux vidéo* de Daniel Ichbiah aux éditions Pix'n Love :

Descriptions et territoires à conquérir participent à la représentation d'une forme de masculinité militarisée où l'espace est conçu comme un territoire à coloniser. Ces récits produisent une représentation hégémonique de la masculinité dans l'association à un univers de combat, aux sciences et aux technologies. Par l'évocation récurrente de compétences technologiques hors-normes des créateurs, le jeu vidéo se construit comme une « culture masculine "nécessairement" technique ».

Par le biais de son lien avec le domaine militaire et la technologie, les jeux vidéo parviennent ainsi à entrer dans une forme de masculinité hégémonique. Cela a eu pour conséquence, comme l'indique Triclot, une influence encore actuelle sur notre vision de ce médium, qui se traduit en partie au travers des discours conquérant sur la vie des créateurs de jeux vidéo.

## 1.2) La construction d'une figure de joueuse par l'industrie du jeu vidéo

Pendant longtemps, la cible principale des jeux vidéo est restée masculine, mais certains professionnels du jeu vidéo ont malgré tout cherché un moyen de vendre des jeux vidéo aux femmes, et surtout aux filles. Cela a donné naissance au « *Girl's game movement* ». Pour cette

---

25 Sébastien GENVO, « Du rôle de la masculinité militarisée dans la médiation ludique sur support numérique » [en ligne], *Quaderni. Communication, technologies, pouvoir*, Les éditions de la Maison des sciences de l'Homme, 2008, URL : <https://journals.openedition.org/quaderni/282>, consulté le 13 décembre 2022.

26 Marion COVILLE, « Créateurs de jeux vidéo et récits de vie : la formation d'une figure hégémonique » [en ligne], *Revue française des sciences de l'information et de la communication*, n° 4, Société Française de Sciences de l'Information et de la Communication, 2014, URL : <https://journals.openedition.org/rfsic/763>, consulté le 25 juin 2023.

partie, nous nous appuyerons sur un livre de référence sur le sujet, *From Barbie to Mortal Kombat: Gender and Computer Games*. Ce livre collectif, sorti en 2000, présente un certain nombre d'études concernant les jeux vidéo créés pour les filles à cette époque.

Justine Cassell et Henry Jenkins expliquent les grandes lignes de ce mouvement. Il part du postulat que le jeu vidéo est un moyen d'entrer dans le monde digital pour les enfants, et pourrait apprendre aux garçons à adopter des comportements misogynes du fait de l'absence de filles joueuses. Selon eux, cela pourrait encourager les garçons à exclure les filles du monde digital, comme elles le sont déjà du monde vidéoludique. Le *Girl's games movement*, naît sous l'impulsion d'une alliance entre des entrepreneuses féministes cherchant à modifier le genre de la technologie, et des géants du jeu vidéo qui cherchent à élargir leur public pour des raisons économiques.<sup>27</sup>

Les caractéristiques de ces jeux sont multiples : scénario centré sur les personnages, problématiques liées à l'amitié et aux relations sociales, graphismes colorés<sup>28</sup>. Dans un autre article du livre, Cornelia Brunner, Dorothy Bennett et Margaret Honey proposent d'autres caractéristiques supplémentaires à partir de leurs études personnelles en interrogeant des jeunes filles sur ce qu'elles aimeraient dans un jeu vidéo. Selon elles, les filles préféreraient par exemple poursuivre des objectifs personnels plutôt que chercher à devenir la plus puissante de l'univers, concevoir des espaces, la persuasion par rapport à la conquête ou encore en savoir plus sur les difficultés des femmes adultes<sup>29</sup>. Pour réussir à créer ces jeux, l'industrie a effectué un important travail de recherche, au point de rendre la limite entre recherche et création poreuse. Il y a eu des études en psychologie, sociologie, et dans le champ cognitif pour comprendre les intérêts culturels des filles et leur relation au numérique<sup>30</sup>. Selon les analyses de Cassell et Jenkins, il existait deux visions des jeux vidéo pour les filles : la première associée à l'entreprise Purple Moon est qu'il faut augmenter le nombre de filles jouant aux vidéo, quitte à utiliser des stéréotypes féminins pour cela. La seconde, plus critique, considère qu'en créant des jeux vidéo de cette manière, on ne peut que renforcer les stéréotypes. La seconde vision exprime le désir d'une partie des féministes de s'inscrire dans une culture enfantine moins genrée afin de réduire les biais de genres à l'âge adulte.<sup>31</sup>

---

27 Justine Cassell, Henry Jenkins, « Chess for Girls? Feminism and Computer Games » dans : Justine CASSELL, Henry JENKINS, *From Barbie® to Mortal Kombat: Gender and Computer Games*, op. cit., p. 3-4.

28 *Ibid.*, p. 10.

29 Cornelia Brunner, Dorothy Bennett, Margaret Honey, « Girl Games and Technological Desire » dans : *Ibid.*, p. 82-85.

30 *Ibid.*, p. 17.

31 *Ibid.*, p. 18-19.



Les deux auteurs proposent également une autre critique de ce mouvement en s'appuyant sur la notion linguistique de marque. Elle peut s'appliquer à plusieurs aspects des catégories grammaticales, comme le nombre, mais les auteurs mobilisent ici son usage pour le genre. En linguistique, il existe des termes considérés comme neutres pouvant désigner le masculin et le féminin qui sont alors dits « non marqués ». Leur opposé est constitué des mots « marqués », qui ne peuvent désigner qu'un seul genre. En effet, comme l'explique Robert Scrick, « un énoncé ne peut cumuler les marques de nombre et de genre », ce qui signifie, du moins en français, qu'il faut choisir entre le masculin et le féminin, d'où l'expression « le masculin l'emporte sur le féminin ». Le masculin est donc « non marqué » tandis que le féminin est l'option « marquée ». Les deux auteurs appliquent ce principe à la culture, en prenant l'exemple du vestiaire masculin que les femmes peuvent facilement s'approprier alors qu'un homme qui porte un vêtement féminin aura plus de difficultés. De ce fait, un des risques identifiés par l'auteur est qu'en proposant des jeux pour les filles, on crée un espace auquel les garçons n'auront pas accès :

*On the other hand, if we target games toward girls we may find ourselves falling into the trap of targeting only the most stereotypical aspects of current girlhood. In doing so, we are ensuring that boys will not play with girl-targeted games, once again ghettoizing girls' interests as the marked option.*<sup>32</sup>

Ainsi, le risque que comportent les jeux destinés aux filles est de marquer davantage les intérêts féminins, empêchant ainsi les garçons qui le voudraient de s'y intéresser. Une telle vision des choses peut également créer des stéréotypes autour des joueuses et de leurs préférences de jeux, d'autant plus que ce qui est féminin tend à être plus souvent dévalorisé. Parmi les entreprises qui choisissent de créer des jeux en s'appuyant sur des stéréotypes, on retrouve Purple Moon, Mattel et Girl Games. Suzanne de Castell et Mary Bryson critiquent ce choix. Elles rappellent le rôle qu'a joué l'éducation dans la recherche de jeux créés spécifiquement pour un public féminin.<sup>33</sup> Or, l'éducation a entre autres pour objectif l'apprentissage des rôles sexués<sup>34</sup>, comme elles le montrent en prenant l'exemple de Sophie dans *Émile ou De l'éducation* écrit par Jean-Jacques Rousseau en 1762. Elles critiquent les jeux pour filles qui se basent sur une vision constructiviste du genre qui prône l'égalité des genres d'une part, tout en conservant une vision binaire du genre et en associant systématiquement sexe biologique et genre.<sup>35</sup> C'est pourquoi elles concluent ainsi sur le *Girl's games movement* :

---

32 *Ibid.*, p. 36: « D'autre part, si nous ciblons les jeux vers les filles, nous risquons de tomber dans le piège de ne cibler que les aspects les plus stéréotypés de l'enfance des filles d'aujourd'hui. En agissant de la sorte, nous nous assurons que les garçons ne joueront pas avec les jeux destinés aux filles, ghettoisant une fois de plus les intérêts des filles en les considérant comme l'option marquée. » Traduction personnelle en français.

33 Suzanne de Castell, Mary Bryson, « Retooling Play : Dystopia, Disphoria and Difference » dans : *Ibid.*, p. 234-235.

34 *Ibid.*, p. 238-239.

35 *Ibid.*, p. 245.



*We ought not to be surprised that it is in pink boxes that girls have learned to package their desire in our culture. But such desires surely have far more to do with the gender-identities developed by adult males than with those of children themselves, since it is masculinity that has always been the desired response to the question of what girls and women want.[...] Accordingly, we suggest that girls' desires have far less to do with what girls want than with what kind of girl adult, whether in education or in the marketplace, want to produce. Reenacting the ancient Greek myth, they eagerly create and then consume their own children as commodities, hungrily introjecting adult fears and desires onto their children, in the name of satisfying the children's own wants and fantasies.*<sup>36</sup>

L'idée qu'il faut utiliser les stéréotypes pour introduire les jeux vidéo aux filles n'est pas partagée par tous les développeurs. SEGA propose par exemple de répondre au problème du manque d'intérêt des filles pour les jeux vidéo en communiquant davantage auprès d'elles, comme ils le firent avec le jeu d'aventure *Crystal poneys* dont les usagers ont été des filles à 60 % contre 40 % de garçons, avec un marketing reprenant quelques codes féminins (couleurs graphiques, personnage principal féminin).<sup>37</sup> Enfin, Marsha Kinder, à la tête de l'entreprise Intertexts Multimedia, explique que le jeu *Runaways* qu'elle a créé, où les joueurs sont invités à aider des jeunes qui ont fugué de leurs maisons, est destiné à l'ensemble des enfants, quel que soit leur genre.<sup>38</sup>

Ce que nous devons ici retenir de ce mouvement est la vision des joueuses qui en découle. En pensant qu'il faut créer des genres de jeux vidéo qui correspondent aux intérêts féminins, de nouveaux stéréotypes associant certains types de jeux aux joueuses ont pu émerger. Cela mène également à une vision péjorative des jeux considérés comme féminins.

### **1.3) Les représentations féminines dans les jeux vidéo**

Comme cela est souvent souligné dans la littérature autour de la question du genre et du jeu vidéo, les personnages féminins actifs ont longtemps été rares pour la simple raison que le public visé par le jeu vidéo a d'abord été masculin. Dans le focus de l'Observatoire des images consacré à cette question, la représentation des femmes y est évoquée :

Quand les premiers héros humanoïdes voient le jour, l'industrie vidéoludique est portée par la croyance que les contenus sont conçus par des hommes, pour des hommes. Ils privilégient les personnages masculins comme Mario, Donkey Kong ou encore BJ Blaskowitz. Si l'on compte quelques personnages féminins jouables, il s'agit souvent de femmes-trophées, prétextes narratifs ou récompenses pour le héros de genre masculin.

---

36 *Ibid.*, p. 251: « Nous ne devrions pas nous étonner que, dans notre culture, les filles aient appris à emballer leurs désirs dans des boîtes roses. Mais ces désirs ont certainement beaucoup plus à voir avec les identités de genre développées par les hommes adultes qu'avec celles des enfants eux-mêmes, puisque c'est la masculinité qui a toujours été la réponse souhaitée à la question de savoir ce que veulent les filles et les femmes [...] De ce fait, nous suggérons que les désirs des filles ont beaucoup moins à voir avec ce que veulent les filles qu'avec le type de fille que les adultes, que ce soit dans le domaine de l'éducation ou sur le marché, veulent produire. Reprenant le mythe grec antique, ils créent et consomment avidement leurs propres enfants comme des marchandises, introjectant avec avidité les peurs et les désirs des adultes sur leurs enfants, au nom de la satisfaction des désirs et des rêves de ces derniers. » Traduction personnelle en français.

37 « An interview with Lee McEnany Caraher (Sega) » dans : *Ibid.*, p. 198-199.

38 « An interview with Marsha Kinder (Intertexts Multimedia) » dans : *Ibid.*, p. 226.

Les exemples les plus célèbres sont ceux de la princesse Peach, que Mario et Luigi ne cessent de secourir pour s'attirer ses faveurs, et de Zelda, demoiselle en détresse ballottée entre Link et Ganondorf, des personnages hommes. [...]

Avec l'amélioration des performances graphiques, les personnages féminins deviennent des objets de désir : leurs formes, leurs cheveux, leur visage sont mis en avant dans un objectif de séduction. C'est l'ère de l'hypersexualisation. Par exemple, dans *Metroid* (1986), le personnage de Samus Aran est recouvert d'une épaisse armure qui masque son genre dans les différents niveaux de jeu. Mais une fois que le joueur a remporté la victoire, elle se dévoile (au sens propre et figuré) pour récompenser sa performance. Plus le jeu est terminé rapidement, plus elle est dévêtue, jusqu'à se montrer en bikini. Elle passe d'un personnage aux qualités normalement attribuées aux héros masculins (force, courage...) à une image à contempler, donnée comme récompense. Elle est réduite à son corps ; d'abord sujet agissant, elle n'est plus qu'un objet désiré.

Nous voyons ainsi se dessiner deux époques de la représentation féminine : une première avec des personnages féminins majoritairement passifs, faisant office de récompense sous la forme d'une « femme-trophée » et/ou de « demoiselle en détresse », et une seconde période permise par l'amélioration graphique, où les personnages féminins commencent à être actifs mais sont hypersexualisés. Nous aurons l'occasion de revenir sur le cas de la série *The Legend of Zelda* dans la prochaine partie de notre étude.

Comme le montre une étude de l'Agence française pour le jeu vidéo (AFJV) en partenariat avec l'association Women in Games, le nombre de protagonistes féminins est en hausse<sup>39</sup>. Ainsi, en 2020, 18 % des jeux vidéo avaient une femme pour protagoniste contre 9 % en 2015. Le pourcentage de protagonistes hommes est lui passé de 32 % à 23 % entre 2015 et 2020. Cependant, la majorité des jeux préfèrent laisser au joueur la possibilité de choisir le genre de son avatar. Ces jeux qui représentaient déjà 46 % de l'ensemble des jeux vidéo sortis en 2015 sont passés à 54 % en 2020. Ce chiffre a même atteint les 66 % en 2019. On observe également l'apparition de personnages non binaires à partir de 2018.

Il apparaît donc que les personnages féminins ont maintenant des rôles plus actifs qu'auparavant. Cependant, les représentations féminines restent encore soumises à débat et provoquent des réactions très diverses, pouvant aller de l'« empowerment » à une critique de leur hypersexualisation. Mathieu Triclot reprend cette question en s'appuyant sur les théories cinématographiques autour de la question du genre, mais montre en même temps les limites d'une telle application au médium vidéoludique. Il commence par reprendre la théorie de Sharon Smith dans *Women and Film*.<sup>40</sup> Selon elle, les personnages féminins au cinéma tendent à être des objets de désir pour le regard masculin, toujours représentées en relation avec un homme alors que les personnages masculins sont davantage complexes et moins stéréotypés. Triclot remarque également cette tendance dans les jeux vidéo où les personnages féminins sont parfois réduits à des objets de

39 WOMEN IN GAMES, « Le jeu vidéo, un médium et une industrie de plus en plus mixte » [en ligne], AFJV, *op. cit.*

40 Mathieu Triclot, « Où passe le genre ? Les jeux vidéo au prisme des théories féministes du cinéma » dans : Fanny LIGNON, *Genre et jeux vidéo*, *op. cit.*, p. 24-25.

désir ne valant que pour leur beauté (« *looked-at-ness* »), notamment en ayant tendance à être plus dénudées que les personnages masculins. Mathieu Triclot reprend également la théorie du « *male gaze* » développée par Laura Mulvey selon laquelle « le cinéma imposerait une forme de regard essentiellement masculinisée »<sup>41</sup>. Il étudie la compatibilité de cette théorie avec la sexualisation des personnages féminins dans les jeux vidéo :

En particulier, Mulvey fait le lien entre le regard du personnage masculin et l'existence d'un espace tridimensionnel à parcourir, là où la femme icône et fétiche fige le regard dans un espace en deux dimensions. Manifestement la structure d'image des jeux vidéo avec son actionnabilité propre prolonge ce type de regard investigateur, tout puissant, codé comme masculin par la ciné-psychanalyse de Mulvey. Nous pouvons repérer ici un plaisir qui tient de l'identification au miroir avec un corps glorieux, fondé sur une distribution inégale des mobilités : immobilité du corps regardant qui rejoint celle de l'enfant, extrême mobilité du corps regardé.

En revanche, le plaisir voyeuriste du cinéma et la distance vis-à-vis de l'image qu'il implique paraît bien plus difficile à transposer du côté des jeux vidéo. [...] Comme le fait remarquer Graeme Kirkpatrick, l'attribution d'un genre au dispositif du jeu vidéo se trouble à partir du moment où l'on considère qu'il appartient à l'espace des pratiques domestiques, à une culture des habiletés fines de la main, que l'on situerait plutôt du côté du pôle féminin.<sup>42</sup>

Ainsi, si la théorie de Mulvey peut être appliquée du point de vue du personnage féminin dans le jeu vidéo du fait de sa mobilité dans un espace en trois dimensions face à un joueur immobile, il apparaît difficile de déterminer le genre du jeu vidéo qui reste soumis à discussion. Pour ce qui nous intéresse ici, le genre du médium n'a pas un grand impact puisque c'est la représentation des femmes qui nous intéresse. La représentation des personnages féminins donne souvent naissance à des interprétations ambivalentes, entre masculinité et féminité, et entre féminisme et domination masculine. Bernard Perron étudie cela dans les jeux d'horreur. La série de jeux vidéo *Resident Evil* qu'il étudie ici offre généralement la possibilité de jouer avec un avatar féminin ou masculin. Ce sont des figures de femmes fortes, avec des capacités intellectuelles, physiques et psychologiques exceptionnelles. Pour autant, il remarque une tendance à représenter un « idéal de la beauté féminine » qui tend à les sexualiser et à reprendre les codes du glamour.<sup>43</sup> Il cite ainsi le personnage de Rachel Foley, héroïne qualifiée de « bimbo » du fait de poitrine opulente et son décolleté jusqu'au nombril, qui a donné lieu à des polémiques dans les journaux.<sup>44</sup> Il lie ces représentations au *male gaze* de la même manière que Mathieu Triclot auparavant.<sup>45</sup> Son étude des *arts book* réalisé à partir des graphismes du jeu permet de montrer davantage la dualité de ces personnages. Ainsi, si les personnages féminins sont souvent représentés comme des mannequins, il note aussi qu'elles prennent souvent des attributs masculins :

---

41 *Ibid.*, p. 27.

42 *Ibid.*, p. 29-30.

43 Justine CASSELL, Henry JENKINS, *From Barbie® to Mortal Kombat: Gender and Computer Games*, *op. cit.*, p. 105.

44 Fanny LIGNON, *Genre et jeux vidéo*, *op. cit.*, p. 105-106.

45 *Ibid.*, p. 106-107.

Les héroïnes d'action sont montrées, comme les hommes, posant fièrement avec leur arme. Elles sont aussi présentées en pleine action, dégainant et visant avec leur pistolet ou mitraillette. En fait, tel que le formule Brown, elles demeurent des « femmes phalliques » ou « mâles figuratifs (*figurative males*) ». <sup>46</sup>

D'autres éléments viennent troubler la première image précédemment vue de femmes fortes. Il note ainsi une tendance à les retrouver dans des positions de « femmes en détresse » devant être sauvées par leurs compagnons masculins. Il remarque aussi qu'elles sont souvent moins fortes au combat et moins préparées au début du jeu en comparaison avec leurs coéquipiers masculins (présence d'une arme dès le début ou pas...). <sup>47</sup> Ce problème est également analysé par Fanny Lignon dans l'article « L'image de la femme dans les jeux vidéo de combat ». <sup>48</sup> Elle remarque dans ces jeux un certain nombre d'éléments associés à une forme de beauté féminine stéréotypée : la jeunesse, les mensurations des personnages féminins qui se rapprochent celles des mannequins mais qui ne conviennent pas à une combattante, et des vêtements « sexy » et « féminins » mais surtout « inadaptés » pour le combat. En parallèle de cela, elle remarque que les personnages féminins et masculins font pourtant la même chose dans le jeu : combattre pour gagner, ce qui tend à les masculiniser :

En refusant aux femmes un comportement spécifique, les jeux de combat leur confèrent de la masculinité. Cette dichotomie entre l'apparence et le comportement dénote une certaine conception du genre féminin. Une femme ne serait jamais qu'un homme dans un corps de femme. Explication simpliste, certes, mais susceptible de rassurer bien des jeunes garçons !

Pour comprendre ce passage, il faut prendre en compte la question que pose Fanny Lignon au début de son article. Il s'agit pour elle de comprendre quel impact les représentations féminines dans les jeux de combat peuvent avoir sur de jeunes garçons « en construction sexuelle ». On voit donc déjà ici un lien avec le problème de l'image des joueuses. Si des jeunes garçons sont en permanence exposés à des représentations féminines stéréotypées et sexualisées, quelle sera leur image des femmes en général ? Bien sûr, il ne s'agit pas ici de généraliser l'impact des stéréotypes dans les jeux vidéo, mais il semble important que d'autres types de personnages féminins soient représentés. Cela se confirme davantage quand on prend en compte ce que dit Lignon à propos des caractéristiques des femmes au combat. Elle note d'une part que les femmes pratiquent souvent des sports de combat de niche alors que les hommes pratiquent plutôt des sports connus :

Faut-il voir dans cette répartition une marque de sexisme ? Comme si les filles étaient incapables de gagner un combat en pratiquant un style connu. Comme s'il fallait qu'elles aient recours à des styles différents, rares, étranges.

---

46 *Ibid.*, p. 110.

47 *Ibid.*, p. 110-112.

48 Fanny LIGNON, « L'image de la femme dans les jeux vidéo de combat » [en ligne], dans *Sport et Genre. XIXème-XXème : objets, arts et médias*, vol. Vol. 4, L'Harmattan, coll. « Espaces et Temps du Sport », 2005, URL : <https://hal.archives-ouvertes.fr/hal-00424727>, consulté le 30 octobre 2022. Toutes les citations qui suivent proviennent de cet article, sauf mention contraire.

Un autre problème qu'elle note est lié aux caractéristiques techniques des personnages. Les personnages féminins sont souvent rapides, mais aussi moins fort physiquement en comparaison avec les personnages masculins, bien que comme elle l'écrit, il y ait eu des améliorations. Enfin, elle remarque aussi une tendance des personnages à effectuer des figures acrobatiques pouvant prendre une dimension érotique. Notons d'ailleurs à ce propos que d'après l'étude de l'AFJV et de *Women in Games*, en 2020, seules 35 % des joueuses s'identifient aux personnages féminins contre 48 % des hommes.<sup>49</sup> Un tel chiffre pourrait s'expliquer par le fait qu'il n'y a pas encore assez de femmes dans l'industrie. Leur nombre a augmenté, passant de 10,6 % à 22 % entre 2014 et 2021 en France, ce qui signifie que nous faire espérer voir une meilleure répartition dans le futur, et potentiellement des personnages féminins auxquels les femmes pourront davantage s'identifier.

Pour autant, de nombreuses améliorations ont déjà eu lieu concernant la représentation des personnages féminins. Emmanuelle Hess, dans son analyse des représentations des minorités dans les jeux francophones montre comment les franchises francophones réussissent à créer des personnages plus diversifiés qu'auparavant et moins stéréotypés.<sup>50</sup> Elle cite ainsi le personnage d'Evie Frye dans *Assassin's Creed Syndicate* qui est habillée comme les personnages masculins, une tenue davantage adaptée au parkour qu'elle pratique comme les autres personnages, et qui rejette les normes de la « féminité victorienne ». Le personnage de Kassandra dans *Assassin's Creed Odyssey*, est quant à lui celui d'une « guerrière spartiate » avec un physique athlétique, musclé et aussi forte que les hommes. Elle cite également l'exemple de Max Caulfield personnage de *Life is Strange 1*, « une adolescente au visage, au corps et à l'apparence vestimentaire androgyne, tout comme son surnom Max l'indique, troublant l'identité de genre fixe ». Les stéréotypes peuvent parfois être détournés, comme c'est le cas dans le jeu *Braid*, analysé par Sébastien Genvo qui renverse le stéréotype de la princesse en détresse. Si au début du jeu on croit effectivement avoir affaire à ce scénario, on comprend à la fin du jeu que la princesse fuit en réalité le héros qui la poursuit.<sup>51</sup> Le personnage de Bayonetta du jeu éponyme est aussi un exemple de jeu avec les stéréotypes de genres. Ainsi, dans son analyse, Marion Coville montre comment ce personnage peut plaire à un public masculin mais aussi à un public féminin qui peut se le réapproprier dans une optique féministe du fait de l'exagération des traits féminins qui rapproche le personnage des Drag Queen.<sup>52</sup>

---

49 WOMEN IN GAMES, « Le jeu vidéo, un médium et une industrie de plus en plus mixte » [en ligne], *AFJV*, *op. cit.*

50 Emmanuelle HESS, « Les nouvelles représentations des minorités dans les Jeux vidéos : enjeux et significations » [en ligne], *ALTERNATIVE FRANCOPHONE*, vol. 2, n° 8, 2021, URL : <https://journals.library.ualberta.ca/af/index.php/af/article/view/29412>, consulté le 30 octobre 2022.

51 Sébastien Genvo, « La princesse est une bombe atomique : approche ludologique du personnage de la princesse dans *Braid* » dans : Fanny LIGNON, *Genre et jeux vidéo*, *op. cit.*, p. 83-94.

52 Marion Coville, « L'hypervisibilité de Bayonetta et la vue subjective de Portal et Mirror's Edge : politique des représentations de l'héroïne » dans : *Ibid.*, p. 60-67.

## I.4) La « Gamer girl » et les stéréotypes des joueuses

Les joueuses font l'objet de multiples stéréotypes dans la communauté vidéoludique. Pour mieux comprendre cela, nous devons repartir de ce que la culture geek, comme nous l'avons fait précédemment avec la masculinité. La féminité geek, selon Taylor, tend à créer un réseau de représentations des femmes.<sup>53</sup> Cela a notamment pour conséquence l'association de certains types de jeux vidéo avec les femmes, en s'appuyant sur l'idée d'une différence naturelle des sexes qui implique que les femmes ne peuvent pas jouer comme les hommes. Plusieurs stéréotypes des femmes geek existent : celui de la fille intelligente sexualisée, celle de la femme séduisante qui joue aux jeux des garçons, ou encore celle d'une femme asexuelle ou lesbienne. En dehors de cette vision imagée, les véritables femmes geeks se caractérisent surtout par leur passion pour la technologie, comme les hommes. Ces dernières font l'objet de critiques du fait de la monomanie que leur passion suppose, qui s'oppose à la modération, un trait souvent demandé aux femmes. Comme les hommes, un certain nombre d'entre elles prennent leurs distances avec les codes de la féminité hégémonique, et peuvent ainsi faire l'objet de critiques.

Les joueuses héritent de la féminité geek, qui est donc une forme de féminité subordonnée. Cette image des joueuses, ou, comme sous l'appellation anglophone utilisée par Catherine Driscoll, des « *Gamer Girls* », s'est construite sur l'ensemble des préjugés que nous avons évoqués auparavant. Elle remarque ainsi trois conceptions qui dominent les études qui ont été menées afin de créer des jeux pour les filles :

- Le fait que le jeu vidéo n'est pas conçu pour les filles, de nombreux jeux parmi les plus populaires étant même sexistes ;
- Le fait que non seulement les filles ne sont pas considérées comme incapables de jouer selon des modes leur permettant de se hisser au sommet du *gaming*, mais qu'on ne leur en donne pas non plus les moyens (celles qui s'y essaient n'étant pas bien accueillies)
- Et enfin le fait que le nombre limité de femmes impliquées dans la conception des jeux (en particulier lorsqu'on fait abstraction des aspects artistiques de ceux-ci) contribue à perpétuer ces tendances.<sup>54</sup>

Ces études ont eu un impact sur les discours dans les médias. En effet, Driscoll a pu remarquer que plusieurs journaux canadiens, français et américains s'étonnaient encore qu'il y ait des joueuses et même des joueuses hardcore à l'époque où elle écrivait cet article, en 2015, alors que les sondages montraient déjà qu'il y avait beaucoup de joueuses.<sup>55</sup> Selon elle, la distinction genrée dans les jeux vidéo ne se fait pas tant entre « femmes » et « hommes » qu'entre « filles » et « garçons »<sup>56</sup>. Le choix du mot « girl » dans le terme « gamer girl » n'est pas anodin :

53 Pour la partie sur la « féminité geek », voir T. L. TAYLOR, *Raising the Stakes: E-Sports and the Professionalization of Computer Gaming*, op. cit., p. 119-121.

54 Catherine Driscoll, « Gamer Girls » dans : Fanny LIGNON, *Genre et jeux vidéo*, op. cit., p. 179-180.

55 *Ibid.*, p. 181.

56 *Ibid.*, p. 186.

Il faut d'abord commencer par préciser que le terme « *Gamer girl* » indique en effet une catégorie contestée dans laquelle le mot fille (plutôt que femme ou personne du sexe féminin) préside aux discussions sur l'habileté et le goût.<sup>57</sup>

On voit ainsi que la question de l'âge que suppose le substantif « *girl* » en comparaison avec « *woman* » a aussi un impact sur les stéréotypes autour des joueuses. Cela implique une forme d'infantilisation des joueuses qui rapproche les activités vidéoludiques des femmes du jeu très stéréotypé des petites filles, et tend également à indiquer un manque de maturité dans le jeu qui les empêche d'être aussi performantes que les hommes. Tout cela mène à une tendance à exclure les joueuses, un phénomène rendu particulièrement visible par les jeux en ligne. Driscoll, pour montrer cela, relève les noms de plusieurs guildes dans le jeu vidéo *Word of Warcraft*. Elle remarque qu'un grand nombre d'entre elles choisissent « des noms connotant la ségrégation machiste (il y a vingt-trois guildes sur WoW qui s'appellent No Girls Allowed et neuf qui s'appellent No Chicks Allowed) »<sup>58</sup>. Il existe également quelques guildes exclusivement féminines, mais ces dernières font souvent face à des phénomènes de « *trolling* » sur les forums « avec un éventail de tons allant du badinage à l'hostilité »<sup>59</sup>. Des images de Gamer Girl sur Internet montrent aussi l'étendue du problème posé par les stéréotypes :

Les mêmes Internet de Gamer Girl sont emblématiques des contradictions qui viennent d'être évoquées. Il peut s'agir d'images de filles échouant à jouer correctement à tel ou tel jeu ou qui réclame de l'attention du simple fait de jouer (la « *Fake Gamer Girl* »), ou encore d'images de filles entourées de slogans (qu'elles rejettent) tournant en dérision leurs capacités et l'intérêt qu'elles portent aux jeux vidéo (« T'as un copain ? », « Montre-nous des nichons ou va te faire voir ailleurs » ou « Retourne à tes fourneaux »). De nombreux articles, blogs et forums débattent de la question de savoir s'il existe contre les joueuses des préjugés empêchant que leurs compétences soient reconnues ou si les filles exploitent la possibilité d'être des objets sexuels aux yeux des « *gamer guys* », eux-mêmes souvent victimes de stéréotypes stigmatisants leur difficulté à rencontrer des filles *offline*.

Cette citation résume la majorité des problèmes que peuvent rencontrer les joueuses dans les communautés en ligne : exclusion, harcèlement, insultes sexistes... Leur objectif est de rabaisser les joueuses en utilisant le fait qu'elles sont des femmes. Comme cela est également mentionné dans cette citation, les joueurs sont eux aussi victimes de stéréotypes, qui proviennent de la masculinité geek. Or, cela ne devrait plus être d'actualité étant donné que le jeu vidéo est devenu grand public. Il semble donc que quelque chose soit resté de cette masculinité geek qui s'opposait à la masculinité hégémonique, comme si ce stigmate perdurait.

Ces préjugés sont largement rejetés par les joueuses. Dès les années 2000, le mouvement des Grrrlz luttait déjà contre ces stéréotypes. Henry Jenkins propose une compilation d'écrits trouvés dans les

---

57 *Ibid.*, p. 187.

58 *Ibid.*, p. 189.

59 *Ibid.*



médias écrits par les joueuses appartenant à ce mouvement.<sup>60</sup> Le « game grrlz movement » est un mouvement lancé par des joueuses plus âgées, sûres d'elles et qui ne se sentent pas exclues de la culture digitale. Elles aiment vaincre les garçons dans les jeux vidéo et revendiquent leur goût pour les jeux de combat. Elles veulent amener l'industrie vidéoludique à se questionner sur les stéréotypes de genre qu'elle véhicule et promouvoir un plus grand accès au monde digital pour les femmes.

Le jeu vidéo reste donc un espace marqué par la masculinité, du fait de ses liens avec la technologie et l'armée. Cependant, cette masculinité est plus complexe qu'elle n'y paraît du fait de son lien avec la masculinité geek, qui rejoint à la fois un modèle de masculinité hégémonique et un modèle de masculinité subordonné. Les industries ont joué un rôle dans l'association de certains genres de jeux avec les joueuses, et ont renforcé une vision naturaliste du genre considérant que les femmes et les hommes ne peuvent pas jouer de la même manière. Cela entraîne donc la formation de biais sexistes. Les personnages féminins, bien qu'ils aient évolué, sont toujours rattachés à leur histoire, en particulier au travers de la tendance à la sexualisation et à une différenciation dans les compétences et les aptitudes qui leur sont attribuées en comparaison avec les personnages masculins. Cela aboutit à la création du stéréotype de la « gamer girl », une fausse joueuse qui veut attirer l'attention de la gent masculine, ou une fille qui ne sait pas jouer aux jeux vidéo.

---

60 Pour cette partie sur le mouvement Grrlz, nous nous appuyons sur : Voices from the Combat Zone : Game Grrlz Talk Back (Compiled by Henry Jenkins) dans : Justine CASSELL, Henry JENKINS, *From Barbie® to Mortal Kombat: Gender and Computer Games*, op. cit., p. 328.



## **II) L'image des joueuses dans la publicité : entre avancées et persistance de biais genrés**

Comme nous l'avons vu, les jeux vidéo se sont d'abord adressés à un public masculin, ce qui signifie que la majorité des publicités ont d'abord mis en scène des joueurs. Ces dernières années, les publicitaires représentent davantage les joueuses dans les publicités de jeux vidéo. Cependant, comme nous le verrons, cela n'empêche pas certains biais de rester présents. Pour mieux regarder ce problème, nous étudierons les publicités créées pour deux jeux vidéo sortis sur Nintendo Switch : *Animal Crossing : New Horizon* et *The Legend of Zelda : Skyward Sword*.

### **II.1) *The Legend of Zelda : Skyward Sword* : des publicités plus inclusives**

Pour notre première étude, nous avons choisi de travailler sur le jeu vidéo *The Legend of Zelda : Skyward Sword*. Nous ne nous intéresserons qu'aux publicités créées pour le *remake* du jeu sur la console Nintendo Switch. Pour mener à bien notre analyse, nous commencerons par étudier les caractéristiques du jeu au regard de ce que nous avons pu voir dans la première partie, puis nous analyserons les publicités à proprement parler.

#### **II.1.A) Présentation du jeu vidéo *The Legend of Zelda : Skyward Swords***

*The Legend of Zelda : Skyward Swords* est un jeu d'action-aventure qui raconte les origines de la légende de Zelda. L'histoire se déroule à Célesbourg, une île située dans les nuages. Link est un jeune apprenti chevalier qui s'apprête à participer à la Chevauchée céleste, un évènement où les élèves s'affrontent à dos de Célestrier – un grand oiseau – et dont le gagnant reçoit le titre de chevalier et obtient le parachêle tissé par Zelda, la fille du chef du village. Elle est une amie d'enfance de Link et représente la Déesse lors de la cérémonie réservée au vainqueur. Link réussit cette épreuve et s'envole avec Zelda dans le ciel après la cérémonie, mais une grande tornade emporte Zelda vers la Terre, un lieu que ne connaissent pas les habitants de Célesbourg. Link apprendra ensuite qu'il est l' élu de la Déesse et partira à la recherche de Zelda en explorant le monde inconnu qui se trouve sous les nuages. Le voyage de Link devient ainsi un voyage initiatique dont l'objectif final sera l'anéantissement de l'Avatar du Néant.

Il s'agit d'un jeu d'action-aventure avec des éléments de combat en temps réel et d'exploration. Le *gameplay* permet au joueur de jouer en mode console portable ou console de salon. Le mode console de salon permet au joueur d'effectuer lui-même les mouvements d'épée de Link, mais aussi

d'utiliser d'autres armes comme l'arc ou le lance-pierre. Le jeu demande aussi la résolution d'énigmes pour avancer dans l'histoire. Nous pouvons proposer une analyse de ce jeu en nous appuyant sur une division des types de jeux en fonction du genre du public visé. Le héros masculin, le sauvetage de Zelda, ainsi que la violence et l'aventure tendent à donner à ce jeu un caractère typiquement masculin. Le genre même de l'action-aventure tend, comme nous l'avons vu précédemment, à être associé aux garçons. Cependant, de nombreux éléments ne vont pas en ce sens. Si Zelda apparaît au début comme une demoiselle en détresse, on découvre plus tard qu'elle est en réalité en train de suivre son propre cheminement pour devenir une figure divine. C'est elle qui empêche l'Avatar du Néant de renaître en attendant que Link accomplisse sa véritable mission qui est de le détruire. Pour autant, Zelda n'est pas une combattante. Elle apparaît donc à plusieurs reprises dans des positions de demoiselle en détresse, mais elle n'est pas toujours sauvée par Link. Elle est protégée pendant son voyage par Impa, une jeune guerrière venue du passé pour l'aider à mener à bien sa quête. Ces éléments permettent d'éviter certains stéréotypes.

Si nous reprenons les éléments vus dans la première partie, nous pouvons également trouver des caractéristiques qui seraient féminines. Parmi eux, on retrouve la narration, les personnages et les relations. Les relations sont, de manière générale, assez présentes dans les jeux d'aventure, du fait des quêtes. Link est amené à aider plusieurs personnes, et ses relations avec les autres évoluent ainsi. Le joueur est également amené à rechercher des cristaux de bienveillance en aidant les autres pour permettre à un démon de devenir humain. Link devient également ami avec Hergo alors qu'ils étaient rivaux au début du jeu.

Mais la relation la plus importante reste celle qui lie Zelda et Link. Bien qu'elle soit toujours désignée comme son amie, on peut supposer que les sentiments que les deux personnages éprouvent l'un pour l'autre vont au-delà de l'amitié. Comme dans de nombreux jeux de ce genre, la romance tend à être implicite et à ne jamais se réaliser. Malgré tout, Nintendo a produit un trailer spécial intitulé « *Romance of the Fates* » mettant en avant la romance entre Link et Zelda<sup>61</sup>. La vidéo raconte comment Link et Zelda, deux personnes ordinaires au départ, vont devoir se confronter à un destin extraordinaire. On voit au début la complicité des deux personnages, puis un événement vient créer une rupture, lorsque Link parvient enfin à rattraper Zelda face à la porte du temps et est interrompu par Ghirahim qui veut essayer de traverser la porte afin de faire revenir son maître – l'Avatar du Néant –, à la vie. Après cela, on voit l'ensemble des épreuves que Link traverse afin de réussir à augmenter la puissance de son épée pour pouvoir ouvrir la seconde porte du Temps dans le Temple du Sceau. À la fin, on le voit traverser la porte pour enfin retrouver Zelda et découvrir la

---

61 *The Legend of Zelda: Skyward Sword HD - Romance of the Fates Trailer - Nintendo Switch*, [en ligne], 2021, URL : <https://www.youtube.com/watch?v=0PXDz25FWMM>, consulté le 26 septembre 2023.

vérité sur leurs destinées. Il découvre que Zelda est la réincarnation de la Déesse et que son devoir est de sceller le sceau qui retient l'Avatar du Néant en attendant que Link réunisse l'ensemble des parties de la triforme<sup>62</sup> afin de le détruire pour de bon. Le trailer est accompagné de musiques qui suivent les différentes émotions du récit, jusqu'à la fin où Link comprend qu'il ne pourra pas revoir Zelda avant d'avoir accompli sa mission. La phrase finale : « *When all this is over, will you come to wake me up ?* » (« Quand tout ceci sera terminé, viendras-tu me réveiller ? ») fait donc référence à sa mission. Cependant, on ne peut s'empêcher d'établir un lien avec le conte *La Belle au Bois Dormant* où la princesse est réveillée par le baiser d'un prince charmant. Bien que la romance ne soit jamais explicite dans le jeu, on peut remarquer que la relation entre Link et Zelda est un pilier essentiel de l'histoire, et probablement la source principale des émotions que ressent le joueur.

### **II.1.B) La recherche d'une représentation des joueuses plus équilibrée**

De même que le contenu narratif des jeux de la série a été adapté de façon à atténuer certains stéréotypes, les publicités du jeu ont elles aussi évolué. Afin de mieux comprendre ces évolutions, revenons d'abord sur deux exemples de publicités pour d'anciens jeux de la série *The Legend of Zelda*. La première publicité a été créée pour le jeu *The Legend of Zelda : A Link to the past* sur Gameboy Advance en 2003.<sup>63</sup> Dans cette publicité, le joueur est un jeune homme dans un train qui retire son casque après avoir entendu une voix féminine qui n'est autre que Zelda lui dire « aide-moi ». La seule intervention féminine est donc celle d'un personnage du jeu, passif, devant être sauvé par un personnage masculin. Une autre publicité pour *The Windwakers* sur Nintendo Gamecube diffusée la même année<sup>64</sup> met cette fois-ci en scène un personnage féminin. D'abord vêtue d'une longue cape à capuche médiévale qui cache son visage et son corps, on entend uniquement sa voix féminine qui décrit les aventures que va vivre le joueur dans le jeu. On voit ensuite à la toute fin une partie de son visage, révélant ainsi ses lèvres roses, en disant les mots suivants : « son défi ultime : me sauver, moi. » On comprend donc que, là encore, le personnage féminin de la publicité n'est pas une joueuse mais la princesse Zelda, qui se présente comme une demoiselle en détresse et une femme-trophée. Au travers de l'étude de deux publicités pour le jeu *The Legend of Zelda : Skyward Swords*, nous étudierons les figures féminines, qui ne sont plus ici des femmes en détresse mais des joueuses actives.

---

62 La triforme est un ensemble triangulaire composé de trois triangles représentant le courage, la force et la sagesse. Elle est un symbole divin permettant à celui qui l'obtient d'avoir tout ce qu'il désire.

63 « Zelda ware game boy player | INA » [en ligne], *ina.fr*, URL : <https://www.ina.fr/ina-eclair-actu/publicite/pub2416478061/zelda-ware-game-boy-player>, consulté le 28 juin 2023.

64 « Zelda the Windwakers version 55 secondes | INA » [en ligne], *ina.fr*, URL : <https://www.ina.fr/ina-eclair-actu/publicite/pub2399078131/zelda-the-windwakers-version-55-secondes>, consulté le 28 juin 2023.

La première publicité que nous allons analyser correspond à la première qui est sortie pour le jeu. Dans cette publicité le personnage principal est une joueuse. Au début, on la voit apparaître dans l'univers du jeu, dans les cieux. Elle a l'attitude d'une héroïne, avec un regard déterminé, tourné vers l'horizon. Elle se jette dans le vide sans hésitation, passe entre les nuages puis l'image de Link vient la remplacer. Un changement de lieu et de temps s'opère ensuite et nous sommes transportés dans le salon de la joueuse. On la voit jouer, en effectuant les mouvements d'épée et de bandage de l'arc. À la fin, c'est le monde du jeu qui vient dans la réalité quotidienne de la joueuse. Link regarde sa main dans le jeu et voit apparaître la triforce sur sa main, signe qu'il a réussi à surmonter les trois épreuves qui lui incombaient pour augmenter la puissance de son épée. Dans le plan suivant, on voit la joueuse faire de même dans la vie réelle. C'est une publicité qui met en avant l'idée d'immersion. Cette dernière est essentielle dans la majorité des publicités des jeux vidéo étant donné qu'elle est censée être permise par l'interactivité. Cependant, les commandes spécifiques du jeu qui permet au joueur de contrôler Link en effectuant les mêmes mouvements que lui sont censées, selon les promesses de vente de Nintendo, garantir une plus grande immersion dans l'univers du jeu grâce aux mouvements qui permettent une fusion entre le joueur et Link.

Nous pouvons montrer cela en reprenant la règle des trois unités, proposée dans le livre *Sémiologie de la publicité* écrit par Genièvre Cornu.<sup>65</sup> La temporalité dans cette publicité est assez complexe. Elle joue entre la temporalité interne à l'univers du jeu et celle du joueur. L'époque reprise dans l'univers du jeu est le Moyen Âge. Cependant, certains éléments du jeu viennent complexifier sa temporalité. Si on a des références à la littérature médiévale, notamment avec la légende du roi Arthur au travers de l'épée de légende, d'autres éléments du jeu sont plus futuristes. Ainsi, dans le désert, Link découvre les ruines d'une civilisation avancée avec des robots. À côté de cette temporalité propre à l'univers du jeu, nous avons une temporalité qui nous est plus familière, celle de la pratique vidéoludique, avec la joueuse qui joue dans son salon. Ces deux temporalités s'intercalent dans des plans alternés entre le salon où la joueuse joue et des images du jeu. Les temporalités du jeu et de la vie réelle vont même jusqu'à fusionner à deux reprises dans la publicité, au début, lorsque la joueuse est dans le monde du jeu et se jette dans le vide, puis, à la fin, avec l'apparition de la triforce sur la main de la joueuse qui permet ainsi au monde du jeu de rentrer dans celui de la joueuse. L'unité de lieu se fait donc l'écho de cette temporalité.

L'action principale de ce jeu est l'histoire d'une joueuse qui vit une aventure grâce à l'aspect immersif du jeu. Le message de la voix-off qui accompagne la publicité corrobore cette idée : « Faites le grand saut et découvrez un univers entre ciel et terre. Dans la peau du héros Link, prenez

---

<sup>65</sup> Comme nous l'avons expliqué en introduction, l'ensemble de nos analyses publicitaires se basera sur la méthode proposée dans : CORNU GENEVIÈVE, *Sémiologie de l'image dans la publicité*, op. cit.

les armes comme si vous y étiez et faites face à votre destin. Révélez le pouvoir qui sommeille en vous dans *The Legend of Zelda : Skyward Sword HD* sur les consoles Nintendo Switch. » La voix-off invite le joueur à devenir Link, à être « dans sa peau » pour vivre une aventure. L'utilisation de la 2<sup>e</sup> personne du pluriel vise ici à interpeller directement le joueur. C'est lui qui va « prendre les armes », qui va « faire face à son destin », qui va « révéler le pouvoir qui sommeille en » lui. L'expression « comme si vous y étiez » résume finalement ce qui arrive à la joueuse dans la publicité : elle entre dans l'univers du jeu. Le personnage principal de cette publicité, la joueuse, est transformé par le produit (le jeu) qui lui permet de devenir une aventurière<sup>66</sup> grâce aux fonctionnalités du jeu (les commandes).

Si nous analysons maintenant l'aspect psychosociologique, nous pouvons voir que pour cette publicité, on a choisi une joueuse et non un joueur. C'est un choix qui se veut inclusif en montrant que l'industrie prend en compte les joueuses qui apprécient les jeux d'action-aventure. On représente ici une femme de tous les jours, dans laquelle n'importe qui peut s'identifier. Cette publicité s'adresse à un public masculin et féminin, et doit donc permettre l'identification pour tous. Le genre n'apparaît pas comme une barrière pour apprécier ce jeu. Tout le monde peut devenir un héros, comme cette joueuse qui devient Link, un personnage masculin. Tous les joueurs, quels que soient leurs genres, peuvent devenir des aventuriers sous les traits de Link. Le fait d'avoir choisi une joueuse permet de mettre en avant l'aspect universel de ce jeu.

Une autre publicité, « Au cœur de l'aventure »,<sup>67</sup> mobilise cette même idée. Dans la publicité, on voit trois personnages dans trois lieux différents qui jouent au jeu dans des moments différents de la journée. Le premier est une femme qui marche dans un parc puis s'assoit sur un banc et commence à jouer, le second est un homme en costume qui joue à son bureau pendant sa pause déjeuner (la montre derrière lui indique 12h30) et le dernier est un homme qui joue dans son salon. Les deux premiers personnages jouent en mode portable et le dernier en mode console de salon, avec les commandes immersives. On passe d'un joueur à l'autre par le biais de plans sur l'écran de jeu. Les expressions des personnages indiquent la fascination, la concentration et la détermination. En choisissant trois personnages dans trois situations de la vie quotidienne (une promenade au parc le week-end, le travail et le salon) et des genres différents, la publicité semble à nouveau donner un message d'inclusivité et une volonté de représenter tous les joueurs et les joueuses.

La publicité de ce jeu semble donc aller vers une forme de démocratisation d'un jeu assez ancien, né à une époque où le jeu vidéo était encore une pratique de niche. La publicité veut se montrer

---

66 *Ibid.*, p. 54.

67 *The Legend of Zelda: Skyward Sword HD - Au cœur de l'aventure (Nintendo Switch)*, [en ligne], 2021, URL : <https://www.youtube.com/watch?v=FKC4d-QSIUM>, consulté le 17 janvier 2023.

inclusive et encourager à une vision diverse des joueurs, loin des stéréotypes et des clichés qui leur sont associés.

## **II.2) Persistance de certains biais genrés : l'exemple des publicités du jeu vidéo *Animal Crossing : New Horizon***

Nous allons maintenant nous intéresser aux publicités créées pour le jeu vidéo *Animal Crossing : New Horizon* sorti en 2020. Comme pour notre étude précédente, nous allons commencer par nous intéresser aux caractéristiques du jeu au regard de ce que nous avons vu dans la première partie, puis nous analyserons plusieurs publicités réalisées pour ce jeu. Pour cette étude, ce qui nous intéressera est la question des biais de genre car, comme nous le verrons, ce jeu a toujours eu une cible féminine.

### **II.2.A) Présentation du jeu *Animal Crossing : New Horizon***

*Animal Crossing : New Horizon* est un jeu de type bac à sable<sup>68</sup> qui permet au joueur de créer sa propre île. Au début du jeu, un avatar créé par le joueur, emménage sur une île déserte grâce à une offre proposée par l'entreprise Nook Inc., du nom de son chef d'entreprise, Tom Nook. Le joueur est invité à améliorer l'île en construisant des nouveaux bâtiments, en jardinant, en procédant à des remodelages de l'île et en attirant de nouveaux villageois, des animaux anthropomorphes. Le joueur peut aussi collectionner les insectes, les poissons, les œuvres d'art et les fossiles, pour les exposer dans le musée de l'île. Il peut aussi explorer d'autres îles désertes, et visiter les îles d'autres joueurs. C'est un jeu qui se déroule en temps réel, au rythme des saisons mais aussi des différents moments de la journée, qui sont d'ailleurs marqués par plusieurs pistes musicales correspondant chacune à une heure de la journée.

C'est un jeu qui concentre toutes les caractéristiques d'un jeu qui aurait pu appartenir au *Girl's games movement* : c'est un jeu lent, sans compétition, avec un design mignon et coloré qui met en avant la collaboration entre les joueurs, notamment pour obtenir de nouveaux types de fruits non présents sur son île. Pourtant, à son départ, le jeu se voulait uniquement être un moyen pour les parents de jouer avec leurs enfants<sup>69</sup>. Le genre n'entrait pas en ligne de compte dans la cible du jeu. Il s'agissait simplement de s'adresser aux familles où les parents ne peuvent pas jouer avec leurs enfants en leur proposant de se relayer avec leurs enfants pour améliorer leur village. Nintendo, lors de la conférence CEDEC 2020, a lui-même reconnu que *Animal Crossing* est une licence souvent

---

68 Jeu sans objectif à atteindre.

69 « Comment « *Animal Crossing* » est devenu une licence phare de Nintendo » [en ligne], *Le Monde.fr*, 2017, URL : [https://www.lemonde.fr/pixels/article/2017/10/28/comment-animal-crossing-est-devenu-une-licence-phare-de-nintendo\\_5207207\\_4408996.html](https://www.lemonde.fr/pixels/article/2017/10/28/comment-animal-crossing-est-devenu-une-licence-phare-de-nintendo_5207207_4408996.html), consulté le 9 mai 2023.

assimilée aux filles, ce qui est démenti par leurs chiffres sur la série qui montrent que le jeu attire autant les hommes que les femmes, et principalement les 20-30 ans<sup>70</sup>.

Ce jeu a été un des plus grands succès de Nintendo, en grande partie grâce au confinement. Le jeu a permis à de nombreux joueurs et joueuses de s'évader sur leur île virtuelle, mais aussi de retrouver leurs proches en ligne. De nombreux articles ont parlé de l'engouement autour de ce jeu<sup>71</sup>. Le succès a été tel que de nombreuses marques comme Lush<sup>72</sup> ont cherché à créer leurs propres îles dans le jeu pour faire de la publicité *in-game*<sup>73</sup>. La possibilité pour les joueurs de créer des designs de vêtements et de se les partager a également été exploitée par des marques comme Marc Jacobs et Valentino<sup>74</sup>. Tout cela semble indiquer que le succès du jeu dépasse les questions de genre. Pourtant, malgré la bonne volonté de Nintendo, certains biais de genre semblent persister.

## II.2.B) Une forte présence féminine dans les publicités du jeu

Avant d'examiner les publicités créées pour le jeu, nous allons nous intéresser à celles qui les ont précédées. Le premier jeu *Animal Crossing* est sorti sur Gamecube en 2004. Déjà à cette époque, des figures de joueuses apparaissaient. Deux publicités ont mis en scène un groupe d'amis – deux garçons et deux filles – qui emménagent dans le jeu.<sup>75</sup> La représentation genrée était donc assez équilibrée, même si certains éléments paraissent sexistes. Karo se plaint par exemple que Bob passe son temps à pêcher et qu'elle est obligée de s'occuper de tout elle-même, ce qui peut rappeler le problème de la répartition des tâches au sein du couple. Une autre série de publicités est sortie à

---

70 « Animal Crossing attire beaucoup de joueurs ayant entre 20 et 30 ans » [en ligne], *Jeuxvideo.com*, 2020, URL : <https://www.jeuxvideo.com/news/1283343/animal-crossing-des-joueurs-entre-20-et-30-ans.htm>, consulté le 9 mai 2023 ; KUROSEKAI, « Animal Crossing - Un Game Design visant à combiner tradition et innovation » [en ligne], 2020, URL : <https://www.nintendo-town.fr/2020/09/07/animal-crossing-un-game-design-visant-a-combiner-tradition-et-innovation/>, consulté le 29 septembre 2023.

71 Voir par exemple l'article suivant qui résume bien le rôle que le jeu a pu jouer pendant le confinement : « Animal Crossing » : un an et trois confinements plus tard, retour sur notre île virtuelle » [en ligne], *Le Monde.fr*, 2021, URL : [https://www.lemonde.fr/pixels/article/2021/04/27/jeu-video-un-an-et-trois-confinements-plus-tard-retour-sur-l-ile-d-animal-crossing\\_6078232\\_4408996.html](https://www.lemonde.fr/pixels/article/2021/04/27/jeu-video-un-an-et-trois-confinements-plus-tard-retour-sur-l-ile-d-animal-crossing_6078232_4408996.html), consulté le 29 septembre 2023.

72 « Une île Lush dans le jeu Animal Crossing : New Horizons™ - We Are Lush — France » [en ligne], URL : <https://weare.lush.com/fr/press-releases/une-ile-lush-dans-le-jeu-animal-crossing-new-horizons/>, consulté le 29 septembre 2023.

73 Sophie RENAULT, « Marques de vêtements, bijoux, cosmétiques... Mais que font-elles toutes sur « Animal Crossing » ? » [en ligne], *Les Echos Start*, 2022, URL : <https://start.lesechos.fr/societe/culture-tendances/marques-de-vetements-bijoux-cosmetiques-mais-que-font-elles-toutes-sur-animal-crossing-1885781>, consulté le 29 septembre 2023.

74 Pauline DUMONTEIL, « Deux grandes marques publient une collection de vêtements dans Animal Crossing » [en ligne], *BFMTV*, URL : [https://www.bfmtv.com/tech/culture-web/deux-grandes-marques-publient-une-collection-de-vetements-dans-animal-crossing\\_AN-202005050128.html](https://www.bfmtv.com/tech/culture-web/deux-grandes-marques-publient-une-collection-de-vetements-dans-animal-crossing_AN-202005050128.html), consulté le 29 septembre 2023.

75 « Animal crossing : Episode 1 | INA » [en ligne], *ina.fr*, URL : <https://www.ina.fr/ina-eclair-actu/publicite/pub2779369113/animal-crossing-episode-1>, consulté le 29 juin 2023 ; « Animal crossing : Episode 2 | INA » [en ligne], *ina.fr*, URL : <https://www.ina.fr/ina-eclair-actu/publicite/pub2779369114/animal-crossing-episode-2>, consulté le 29 juin 2023.



l'occasion de la sortie du jeu *Animal Crossing : New World* sur Nintendo DS en 2006.<sup>76</sup> Dans cette série, on voit à chaque fois le même personnage de joueuse en train de jouer dans diverses situations. La cible féminine semble ainsi s'affirmer avec ce titre. Nous allons voir comment les dernières publicités pour le jeu *Animal Crossing : New Horizon* cherchent à réduire les biais de genre que nous avons constaté auparavant, sans pour autant les effacer complètement.

De nombreuses publicités du jeu mettent en avant les joueuses par rapport aux joueurs, ce qui semble impliquer que les femmes sont la cible principale du jeu. Dans une des premières publicités du jeu, le personnage principal est une joueuse.<sup>77</sup> Cette publicité se découpe en deux parties principales. Dans la première partie, on voit une femme qui regarde la pluie qui tombe dehors. Elle semble ne pas pouvoir sortir, et a donc choisi de rester chez elle. Le jeu va lui permettre de s'évader en plongeant dans un univers paradisiaque. Elle regarde ensuite à nouveau par la fenêtre et la caméra opère ensuite un mouvement de travelling qui suit le regard de la joueuse dirigé vers l'extérieur, puis vers le haut. Ce mouvement semble connoter le rêve qui se réalise grâce au produit acheté. Après le travelling, il y a un fondu sur le plan d'une mer calme dans l'univers du jeu. On voit ensuite dans la deuxième partie, des images du *gameplay* (création de l'île, jardinage...), réalisés par trois avatars féminins et un avatar masculin. À la fin, on voit un groupe d'avatars composé de quatre avatars féminins et quatre masculins qui se précipitent vers un rocher, près de la mer.

Comme dans les publicités que nous l'avons vu pour *Zelda*, l'immersion est un des arguments de vente les plus importants dans l'ensemble des publicités. Ici, l'immersion passe aussi par la règle des trois unités. Le cadre spatio-temporel nous montre une opposition entre la réalité quotidienne et ses désagréments d'une part (la pluie), et d'autre part, l'univers paradisiaque auquel la joueuse a accès par le biais du jeu. Il s'agit pour la joueuse de quitter une réalité quotidienne désagréable pour s'installer sur une île paradisiaque. Il y a aussi derrière cela le rêve de tout quitter pour changer de vie, vivre plus près de la nature, « au rythme des saisons » comme le dit la voix-off. La joueuse a créé un avatar féminin à son image, avec les cheveux bruns et les yeux marron, mais aussi avec des vêtements similaires aux siens dans la vie réelle (pull jaune et jean). On aurait pu imaginer que la joueuse crée un personnage qui ne lui ressemble pas, et pourquoi pas un avatar masculin, mais on

---

76 « Animal crossing campagne 1 | INA » [en ligne], *ina.fr*, URL : <https://www.ina.fr/ina-eclaire-actu/publicite/pub3103747163/animal-crossing-campagne-1>, consulté le 29 juin 2023 ; « Animal crossing : Plage | INA » [en ligne], *ina.fr*, URL : <https://www.ina.fr/ina-eclaire-actu/publicite/pub3103749092/animal-crossing-plage>, consulté le 29 juin 2023 ; « Animal crossing : Maman Version 30 secondes | INA » [en ligne], *ina.fr*, URL : <https://www.ina.fr/ina-eclaire-actu/publicite/pub3103749091/animal-crossing-maman-version-30-secondes>, consulté le 29 juin 2023.

77 *Animal Crossing : New Horizons - PUB TV FR version2 [eShop]*, [en ligne], 2020, URL : [https://www.youtube.com/watch?v=0enb6\\_LXWjM](https://www.youtube.com/watch?v=0enb6_LXWjM), consulté le 17 janvier 2023.



voit ici que la publicité joue sur les correspondances avec la réalité. Il s'agit pour la joueuse d'entrer dans l'univers du jeu par le biais d'un avatar qui la représente. Comme nous le verrons, ce procédé est utilisé dans toutes les publicités du jeu, ce qui indique une correspondance entre genre du joueur et genre du personnage. Le texte dit par la voix-off dans cette publicité exprime aussi l'idée de réaliser ce rêve en se laissant transporter dans l'univers du jeu : « Vous rêvez de liberté ou d'évasion ? Vous souhaitez faire de nouvelles rencontres et vivre à votre rythme ? Et si vous quittiez tout pour vivre sur votre propre île déserte ? Créez et personnalisez votre petit coin de paradis et vivez votre vie au rythme des saisons dans *Animal Crossing : New Horizon* sur Nintendo Switch et en téléchargement sur le Nintendo e-shop. »

Il ne s'agit pas de se plonger dans une histoire, comme cela était le cas dans notre premier cas d'étude. Il s'agit plutôt de se détendre en créant un espace virtuel, une sorte de cocon où le joueur peut s'échapper du quotidien et réaliser quelque chose qu'il ne pourrait sans doute pas faire dans la vie de tous les jours. Contrairement à Link qui permet au joueur de devenir un héros, *Animal Crossing* propose au joueur de réaliser un rêve qui n'est pas entièrement irréaliste (vivre dans un lieu paradisiaque), mais plutôt difficile à atteindre. C'est probablement pour cette raison que l'avatar ressemble toujours au joueur dans l'ensemble des publicités du jeu. Au total, le ratio d'avatars féminins par rapport aux avatars masculins est de huit personnages féminins pour cinq personnages masculins. Si nous reprenons l'idée de correspondance des genres entre avatar et joueur, nous pouvons considérer que cette publicité met davantage en avant la cible féminine que la cible masculine. Le simple fait d'avoir choisi une joueuse comme personnage principal semble confirmer cette idée.

Une autre publicité utilise également une figure de joueuse comme personnage principal.<sup>78</sup> Cette publicité raconte l'histoire d'une adolescente qui déménage et va devoir se séparer de ses amis. Au début, on assiste au moment de la séparation avec ses amis, juste avant qu'elle ne rentre dans la voiture pour arriver dans sa nouvelle maison. Une de ses amies lui donne ensuite un cadeau en indiquant qu'il leur permettra de rester en contact. La voiture démarre, mais la jeune adolescente est encore déboussolée par la séparation avec ses amis. Elle regarde ensuite l'intérieur du paquet et découvre le jeu, qui lui permet de sécher ses larmes. Le jeu va ensuite opérer des parallèles avec son propre déménagement. Pendant le voyage en voiture, on voit l'ombre de l'avion qui arrive sur l'île dans le jeu. Pendant que ses parents déballent les cartons, on la voit en train de placer des meubles dans sa maison dans le jeu. À la fin, on voit l'adolescente jouer avec ses amis sur son île en discutant au téléphone ensemble. On voit en même temps une représentation de plusieurs lieux et

---

<sup>78</sup> *Animal Crossing New Horizons Nintendo Switch « le déménagement » Pub 30s*, [en ligne], 2021, URL : <https://www.youtube.com/watch?v=Zhw76gMr6zI>, consulté le 17 janvier 2023.

façons de jouer : en mode portable dans sa chambre ou au salon sur la télévision. Les amis peuvent ainsi réaliser des sorties ensemble par le biais du jeu malgré leur séparation.

On a ainsi deux temporalités qui s'entremêlent, celle du déménagement dans la vie réelle, et celle de l'emménagement dans le jeu. Au niveau des lieux, on a d'une part un monde réel en mouvement (devant l'ancienne maison, dans la voiture, dans la nouvelle maison puis dans la chambre de la joueuse), et de l'autre, l'univers du jeu en cours de création par la joueuse. Concernant l'action, il s'agit de voir comment le jeu permet à une adolescente de rester en contact avec ses amis. Si nous généralisons le propos de la publicité, il s'agit surtout de montrer comment ce jeu permet au joueur de rester en contact avec ses proches. Cela est particulièrement important puisque cet aspect est souvent évoqué dans les articles rédigés pendant la période des confinements. On peut aussi remarquer que cela va à l'encontre du cliché du joueur enfermé dans sa chambre et isolé, puisque cette publicité met en avant l'aspect social du jeu vidéo. Cependant, si nous examinons à nouveau le ratio hommes/femmes dans cette publicité, nous pouvons rapidement voir qu'il penche à nouveau largement en faveur des femmes. Le groupe d'amis est composé de quatre filles et un seul garçon. On peut donc se demander si ces ratios déséquilibrés sont l'expression d'un biais de genre qui ferait des joueuses les principales cibles du jeu du fait de ses caractéristiques.

### **II.2.C) Présence masculine et intégrations d'autres profils de joueurs**

Malgré cette forte présence féminine, d'autres publicités du jeu *Animal Crossing : New Horizon* mettent en avant des figures masculines de joueurs. Deux publicités ont été tournées en collaboration avec Denis Brogniart, animateur sportif célèbre en France. Pendant le confinement, l'émission télévisée qu'il anime sur TF1, Koh Lanta, a connu un grand succès. Dans cette émission, des candidats doivent vivre sur une île déserte et essayer d'y rester le plus longtemps en gagnant des épreuves et en mettant en place des stratégies pour éviter de se faire éliminer par les autres aventuriers. C'est sur les ressemblances entre l'émission et le jeu que va jouer la publicité.

Dans la première publicité produite avec l'animateur,<sup>79</sup> Denis Brogniart apparaît comme le personnage principal. On voit au début de la vidéo des images du jeu, de l'arrivée en avion jusqu'à l'installation dans la tente. On voit que le personnage exécute des gestes similaires à ceux des aventuriers dans Koh Lanta, notamment le fait de mettre en place son campement et d'allumer un feu. On entend en fond sonore la musique de l'émission et la voix de Denis Brogniart qui apparaît d'abord en voix-off. Il parle comme lorsqu'il présente l'émission : « L'aventure commence ici : une

---

<sup>79</sup> *Animal Crossing: New Horizons - L'aventure en mode relax ! (Nintendo Switch)*, [en ligne], 2020, URL : [https://www.youtube.com/watch?v=\\_HKwzEC1-RI](https://www.youtube.com/watch?v=_HKwzEC1-RI), consulté le 17 janvier 2023.

plage paradisiaque, un feu de camp, des aventuriers... euh, des habitants. » Il y a ici une touche humoristique puisque l'aventure dans l'émission Koh Lanta est très différente de celle qu'expérimente le joueur dans *Animal Crossing*. Les candidats affrontent des épreuves qui les poussent dans leurs retranchements, alors que le jeu *Animal Crossing* permet plutôt au joueur de se détendre dans un espace paisible. C'est lorsqu'il se corrige en disant que les villageois ne sont pas des aventuriers mais des habitants que nous passons dans la partie suivante de la publicité. On voit apparaître une joueuse en train de jouer au jeu sur sa console portable, qui dit à l'animateur qu'ils ne sont pas dans Koh Lanta. La musique de l'émission est alors remplacée par le thème principal du jeu qui inspire davantage les vacances que l'aventure. Denis Brogniart continue sur un ton humoristique avec des expressions et des exclamations comiques, qui ont donné naissance à de nombreux memes sur les réseaux. La publicité se termine avec Denis Brogniart qui dit le message de la publicité : « l'aventure se vit aussi en mode relax dans *Animal Crossing : New Horizons* exclusivement sur Nintendo Switch ». Bien qu'il y ait à nouveau une joueuse dans cette publicité, on peut voir ici que la lumière est surtout mise sur l'animateur-joueur, une figure familière pour le public français. Cela permet aussi potentiellement d'étendre le public visé à d'autres personnes ne jouant pas habituellement aux jeux vidéo.

Une autre publicité utilise à nouveau la figure de Denis Brogniart en conservant le slogan de « l'aventure en mode relax ».<sup>80</sup> Dans cette publicité, le thème central est l'idée que chacun peut jouer au jeu à sa façon. Il s'agit donc de montrer comment chaque joueur crée un monde à son image dans le jeu, au travers de deux joueuses et d'un joueur. On voit d'abord une mère de famille assez moderne qui s'assoit pour jouer sur la terrasse avec ses enfants en ligne, une fille et un garçon. On entend en voix-off à chaque fois la voix de la joueuse ou du joueur. Celle-ci dit : « Dans mon *Animal Crossing*, je pars à la chasse aux insectes avec mes enfants et c'est moi la plus douée. » On met ici en avant l'aspect social du jeu qui peut rappeler le but originel de la série de permettre aux parents et aux enfants de jouer ensemble. On met également l'accent sur l'expertise de la mère, brisant ainsi le cliché voulant que les parents soient moins à l'aise avec les jeux vidéo que leurs enfants. Ajoutons à cela que cette expertise est attribuée à une femme, ce qui va à l'encontre des biais sexistes voulant que les femmes soient moins compétentes que les hommes dans les jeux vidéo. On arrive ensuite dans la chambre d'une adolescente habillée en tenue de footballeuse. Son avatar est le même que celui de la fille de la joueuse vue auparavant, ce qui signifie qu'elle est sa fille. Sa voix prend le relais de celle de sa mère et semble lui répondre : « Moi, même après l'entraînement, je passe du temps avec mes copines. » On brise à nouveau un cliché puisqu'elle joue

---

80 *Publicité Nintendo Switch Animal Crossing New Horizons (version longue)*, [en ligne], 2021, URL : <https://www.youtube.com/watch?v=jOMfmHRpXl8>, consulté le 17 janvier 2023.

avec ses amies au football dans le jeu, un sport masculin. Une correspondance se dessine ainsi entre les intérêts de l'adolescente dans la vie réelle et sa manière de jouer. Il s'agit ainsi de marquer l'individualisme, la personnalité propre de chaque joueuse. Nous arrivons ensuite dans une troisième partie au dernier joueur, Denis Brogniart, en train de jouer dans sa loge, introduisant une rupture. Jusqu'ici, il y avait une continuité dans la publicité : on avait deux figures de joueuses modernes appartenant à la même famille jouant dans des espaces domestiques familiers, auxquels n'importe quel joueur ou joueuses pouvaient s'identifier. Avec l'apparition de Denis Brogniart, figure de la « star » pour cette publicité, cette continuité est brisée : on passe à un environnement inhabituel, une loge qui connote la célébrité et le monde de l'*entertainment*, et à une figure à la fois familière et extraordinaire parce qu'il est peu probable que l'on rencontre l'animateur dans la vie de tous les jours. Sur le plan sonore, on passe également de deux voix féminines à une voix masculine. La seule chose qui permet de conserver une forme de continuité est son texte qui répond aux deux joueuses : « et moi, je vis l'aventure en mode relax ». Si nous prenons en compte les avatars qui apparaissent, nous atteignons un ratio de quatre joueuses pour deux joueurs. Cependant, l'importance de la figure de Denis Brogniart ainsi que la mise en avant de joueuses non stéréotypées semble réduire les biais genrés dans cette publicité.

Une autre publicité met en avant d'autres figures de joueurs.<sup>81</sup> Dans celle-ci, le ratio joueuses/joueurs est inversé, avec une joueuse et deux joueurs, trois joueurs si on prend en compte les avatars. Elle suit à nouveau le principe de créer son propre monde dans *Animal Crossing*. Le premier personnage est une joueuse passionnée de mode et pour qui le jeu lui permet de s'essayer à des styles vestimentaires qu'elle n'oserait pas porter dans la vie de tous les jours. Le second personnage est un joueur qui joue au jeu pour les relations qu'il peut nouer avec les villageois et son amour des animaux. Le dernier personnage est le plus intéressant. Il s'agit d'un joueur qui dit aimer « contempler les étoiles ». On voit qu'il joue en ligne avec un autre avatar de genre masculin dans ce qui semble être un rendez-vous galant, comme le suppose la rose dans la bouche de l'avatar, et l'utilisation de la réaction « amour ». Les études que nous avons évoquées auparavant avaient tendance à montrer que la cible principale des jeux vidéo était les hommes hétérosexuels. Il semble qu'avec cette publicité, Nintendo cherche à se montrer plus inclusif en montrant la diversité des joueurs masculins.

Avec ces deux analyses, nous avons pu constater deux tendances. La première concerne les publicités pour les jeux considérés comme masculins. Ces derniers intègrent aujourd'hui davantage de joueuses dans leurs publicités. Peut-être pouvons-nous rapprocher cela de la question de la

---

81 *Animal Crossing New Horizons Nintendo Switch « à quoi ressemble votre animal Crossing ? » Pub 30s*, [en ligne], 2021, URL : <https://www.youtube.com/watch?v=fSfxlHfi8VI>, consulté le 17 janvier 2023.

marque de genre, qui permet aux femmes de s'approprier plus facilement un objet considéré comme masculin. La seconde tendance concerne les jeux ayant des caractéristiques considérées comme féminines. Contrairement au *Girl's game movement*, qui a principalement ciblé les joueuses, les publicités semblent aujourd'hui chercher à intégrer des joueurs. Pour autant, ces publicités semblent toujours mettre en avant une cible féminine, ce qui indique que certains biais genrés sont encore présents dans l'industrie.

### III) Les streameuses : visages publics de joueuses

Nous allons maintenant nous intéresser à d'autres figures de joueuses, les streameuses de jeux vidéo. Les streameuses sont des joueuses qui jouent en direct sur une plateforme de streaming. Un tchat en direct permet aux spectateurs d'interagir avec des streamers et des streameuses. Du fait que les streameuses ne correspondent pas à l'image habituelle du joueur, ces dernières sont particulièrement exposées aux attaques en ligne. Nous commencerons par présenter quelques éléments généraux concernant les streameuses et le problème du cyberharcèlement. Nous analyserons ensuite deux profils de streameuses, une première spécialisée dans le multigaming, Maghla, et une seconde joueuse experte du jeu vidéo *World of Warcraft*, Cruelladk. Nous finirons ensuite cette partie en nous intéressant à l'émergence sur Youtube d'une nouvelle catégorie de joueuses, les grands-mères. Les streamers, comme l'indique Taylor dans son livre consacré au streaming de jeux vidéo,<sup>82</sup> s'inscrivent dans le concept de micro-célébrité proposé par Alice E. Marwick.<sup>83</sup> La micro-célébrité correspond au fait d'être connu par un groupe de personnes appartenant à une niche grâce aux réseaux sociaux. Pour devenir une micro-célébrité, il faut produire du contenu en ligne, créer une persona et mettre en avant une forme d'authenticité auprès de leur public. Ce sont ces aspects qui guideront nos analyses.

#### III.1) Le fléau du cyberharcèlement chez les streameuses

Le problème de l'inclusivité est central lorsque l'on parle des joueurs. Bien loin du stéréotype de l'homme blanc hétérosexuel, le public qui joue aux jeux vidéo s'est largement diversifié ces dernières années. C'est notamment ce que constatait déjà Fanny Lignon dans l'introduction de *Genre et jeux vidéo*.<sup>84</sup> Pour autant, l'idée qu'il existe en quelque sorte une seule figure conforme de *gamer* semble persister dans les communautés vidéoludiques. T. L. Taylor, dans le livre *Watch Me Play*, analyse plusieurs discours concernant les streameuses de jeux vidéo sur Twitch, la plateforme de streaming créée par Amazon. Elle évoque ainsi le problème des minorités sur la plateforme :

*While most consider a microphone and camera pretty much a requirement for the platform at this point, their use does impact streamers differently. Women, LGBTQIA folks, and people of color regularly face harassment on the site, and choosing to broadcast, especially with a webcam and/or audio, is no small feat. [...] They can frequently feel the additional burden of being visible and a quasi role model. The risks and struggles they face are powerful, and often take a real toll. Race, gender, class, sexuality, and*

82 T. L. TAYLOR, *Watch Me Play: Twitch and the Rise of Game Live Streaming* [en ligne], *op. cit.*, p. 32,38-39, 265.

83 Pour plus d'informations concernant la micro-célébrité, voir : Alice E. MARWICK, *Status Update: Celebrity, Publicity, and Branding in the Social Media Age* [en ligne], First Edition, New Haven, Yale University Press, 2013, chap. « The Fabulous Lives of Micro-Celebrities », URL : [https://lire.amazon.fr/?\\_encoding=UTF8&asin=B00GGSG266&consumptionLimitReached=false&deviceAccountIds=A10336302R9C6XNLSITGF&hasMultimedia=false&requiredCapabilities=EBOOK\\_PURCHASE\\_ALLOWED&ref=sr\\_rm\\_kfw](https://lire.amazon.fr/?_encoding=UTF8&asin=B00GGSG266&consumptionLimitReached=false&deviceAccountIds=A10336302R9C6XNLSITGF&hasMultimedia=false&requiredCapabilities=EBOOK_PURCHASE_ALLOWED&ref=sr_rm_kfw).

84 Fanny LIGNON, *Genre et jeux vidéo*, *op. cit.*, p. 9: « Aujourd'hui, on joue à tout âge, et à tous types de jeux, filles ou garçons, ensemble ou séparément, en couple, entre amis ou en famille. »

*disability thus all come to play critical roles as viewers confront actual streamers, some of whom may be outside a viewer's social circle or everyday life.*<sup>85</sup>

En allant à l'encontre du modèle dominant, les joueurs issus des minorités doivent donc faire face à des réactions diverses, « allant de l'enthousiasme ou l'indifférence à une opposition active à leur présence »<sup>86</sup>. C'est cette dernière forme de réaction des spectateurs qui peut mener au harcèlement. Sur la plateforme, les streameuses sont particulièrement exposées au regard d'autrui. Si dans un jeu en ligne, une joueuse peut choisir de jouer sans le micro et ainsi ne pas être découverte, ce choix n'est pas possible pour une streameuse. Elles vont donc devoir faire face à un ensemble d'idées reçues circulant autour des joueuses de manière plus importante. La différence entre streamer et streameuse commence dans le chat en direct. En effet, selon Taylor, une étude menée par Nakandala a montré « que si les canaux des diffuseurs masculins tendaient à être surreprésentés en termes de discours liés au jeu, les canaux des femmes comportaient une quantité disproportionnée de discours d'objectivation et de mises en garde, ce qui indique qu'elles doivent constamment lutter contre des comportements problématiques ».<sup>87</sup> Cela oblige les streameuses à fournir un plus grand travail de modération de leurs chaînes en comparaison avec leurs compères masculins. Taylor déjoue également un argument disant que tout le monde se fait harceler en ligne :

*While some level of harassment does indeed happen to many on the platform, it is disproportionately distributed to broadcasters who are not white, hetero, or cis male. These streamers face consistent and focused attacks on their identities and bodies, not just comments about how or what they play. These attacks take a real toll, as already mentioned, and the exhaustion that comes from constantly confronting stereotype expectations and outright harassment makes walking away from broadcasting a completely understandable choice.*<sup>88</sup>

---

85 T. L. TAYLOR, *Watch Me Play: Twitch and the Rise of Game Live Streaming* [en ligne], *op. cit.*, p. 105: « Bien que la plupart des gens considèrent qu'un microphone et une caméra sont indispensables sur la plateforme, leur utilisation affecte les streamers différemment. Les femmes, les personnes LGBTQIA et les personnes de couleur sont régulièrement victimes de harcèlement sur le site, et choisir de diffuser, en particulier avec une webcam et/ou de l'audio, n'est pas anodin. [...] Ils peuvent souvent ressentir le fardeau supplémentaire d'être visibles et d'être perçu comme des sortes de modèles. Les risques et les défis auxquels ils sont confrontés sont considérables et leur font souvent payer un lourd tribut. La race, le sexe, la classe sociale, la sexualité et le handicap jouent donc des rôles essentiels lorsque les spectateurs sont confrontés à des streamers, dont certains ne font pas partie de leur cercle social ou de leur vie de tous les jours. » Traduction personnelle en français.

86 *Ibid.*: « The responses they receive range from enthusiasm or indifference to active opposition to their presence. » Traduction personnelle en français.

87 *Ibid.*, p. 112: « They noted that while the channels of male broadcasters tended to be overrepresented in terms of game-related speech, women's channels had a disproportionate amount of objectifying speech and warnings, signaling a high degree of having to constantly fend off problematic behaviors (Nakandala et al. 2016). » Traduction personnelle en français.

88 *Ibid.*, p. 114: « Bien qu'un certain niveau de harcèlement concerne effectivement de nombreux usagers sur la plateforme, il est réparti de manière disproportionnée entre les diffuseurs qui ne sont pas des hommes blancs, hétérosexuels ou cisgenres. Ces diffuseurs sont confrontés à des attaques constantes et ciblées sur leur identité et leur corps, et pas seulement à des commentaires sur la façon dont ils jouent ou sur ce qu'ils jouent. Ces attaques ont des conséquences désastreuses, comme nous l'avons déjà mentionné, et l'épuisement qui découle de la confrontation constante aux attentes stéréotypées et au harcèlement pur et simple fait de l'abandon du streaming un choix tout à fait compréhensible. » Traduction personnelle en français.



D'autres problématiques qu'elle soulève dans le livre concernent la question des *fake gamer girls* (« fausses joueuses »), que nous avons déjà évoqué auparavant. Taylor raconte comment Twitch en 2014, a proposé de nouvelles règles de conduite sur la plateforme en interdisant les tenues vestimentaires considérées comme inappropriées. Ils interdisent ainsi la nudité et les vêtements qu'ils considèrent comme suggestifs, en particulier la lingerie et les maillots de bain. Ces nouvelles règles ont été largement critiquées, car selon Taylor, elles traduisaient une peur des « *fake gamer girls* », des femmes qui abusent de leur sexualité pour piéger les joueurs et gagner de l'argent. Comme l'explique Taylor, un subreddit de Twitch existe où de nombreux utilisateurs postent des messages pour alerter la communauté sur des streameuses soupçonnées d'être des « cam girls »<sup>89</sup>. L'incident a également coïncidé avec le mouvement GamerGate qui critiquait tous les joueurs ne correspondant pas à la norme et qui, selon eux, mettent trop en avant leurs identités. Taylor donne d'ailleurs l'exemple d'une discussion qu'elle a eue avec une personne proche de ce mouvement qui lui expliquait qu'elle ne le dérangeait pas, malgré le fait qu'elle travaille sur les questions de genre dans le milieu du jeu vidéo, parce qu'elle ne s'habillait pas de manière féminine et n'affichait pas son identité genrée. Choisir d'afficher sa féminité peut donc être un choix risqué pour une streameuse. Ainsi, une streameuse évoquée par Taylor explique qu'elle se sent obligée de se couvrir lorsqu'elle est sur Twitch et qu'elle n'ose pas porter des vêtements qui sont pourtant jugés corrects pour sortir dans la vie de tous les jours.<sup>90</sup> La ligne de conduite sur Twitch a depuis évolué, et ne cite plus les vêtements non-autorisés car, selon eux, ils s'appuient principalement sur le contexte dans lequel un vêtement est porté. Ils interdisent surtout la « nudité » et « les tenues destinées à être sexuellement suggestives ».<sup>91</sup> La nouvelle politique de Twitch s'appuie donc davantage sur ce qui est considéré comme normal dans l'espace public. Pour autant, cela n'empêche pas les streameuses d'être la cible de cyberharcèlement sur la plateforme.

Selon certaines joueuses, le problème provient aussi de certaines vidéastes qui choisissent volontairement de créer des contenus suggestifs. Dans l'article « Gamer Girls », plusieurs joueuses interrogées par Catherine Driscoll dénoncent des streameuses qui reprennent l'image stéréotypée de la Gamer Girl qu'elles accusent de renforcer les stéréotypes. Elles donnent notamment l'exemple d'Alinity, une streameuse qui selon elles, met en avant sa beauté et sa plastique plutôt que ses compétences dans les jeux vidéo.<sup>92</sup> Un autre exemple de figure controversée est celle de Belle Delphine, une ancienne youtubeuse britannique qui se décrit comme une « gamer girl ». Elle a

---

89 *Ibid.*, p. 234-235.

90 *Ibid.*, p. 235.

91 « Lignes de conduite de la communauté » [en ligne], URL : <https://safety.twitch.tv/s/article/Community-Guidelines?language=fr#23Tenue>, consulté le 3 octobre 2023.

92 Fanny LIGNON, *Genre et jeux vidéo, op. cit.*, p. 196-197.



publié de nombreux contenus érotiques sur les réseaux et a même vendu de l'eau de bain de « gamer girl » à ses fans pour 30\$. Katie Bishop, dans un article pour le Guardian à propos de cette vente à succès, analyse son contenu qu'elle place entre humour Internet et mannequinat érotique<sup>93</sup>. Un autre article de E. J. Dickson pour le journal *The Rolling Stones*, analyse plus précisément la controverse concernant son jeu avec les stéréotypes :

*Delphine markets herself as a “gamer girl,” which engages with a very specific stereotype about women in gaming. In the gaming community, there’s a longstanding perception of female gamers as desperate attention-seekers who sexualize themselves to get more views and capitalize on horny dudes’ desire for nerdy female counterparts. The “fake gamer girl” meme is so rampant, as is abuse and harassment of women in the community, that it has the effect of alienating many female gamers, making them highly self-conscious about how they present themselves online. Delphine, however, embraces the stereotype head-on, to such a degree that she’s likely doing something far more complicated — and arguably more interesting — than simply pandering to horny gamer boys for likes, says Lux Alpraum, a writer who covers sex and technology. “She’s almost like a parody of the kind of girl these dudes want,” she says. “She’s very directly playing into the sensibilities of these men.”*<sup>94</sup>

La figure de Belle Delphine met ainsi en exergue toute la complexité des stéréotypes des joueuses. On peut l'accuser de renforcer ces stéréotypes ou voir tout l'aspect parodique de son comportement. Gardons en tête cette idée importante que le mème de la « fake gamer girl » pousse un certain nombre de joueuses à faire davantage attention à leur présentation en ligne. Dans les témoignages réunis par les journalistes Luc Chagnon et Louis Mbembe à la fin de l'année 2022, trois streamers dénoncent les attaques dont elles sont l'objet et les précautions qu'elles se sentent obligées de prendre lorsqu'elles sont en live. Elles évoquent le fait de couper la caméra lorsqu'elles se lèvent afin d'éviter que certains spectateurs créent des clips se focalisant sur leurs corps, ou encore le choix de porter des vêtements couvrants, même en été.<sup>95</sup> Les questions que nous allons nous poser par la suite seront donc les suivantes : comment les streamers construisent-elles leur persona de joueuse sur Twitch et l'ensemble de leurs réseaux sociaux ? Quel rapport entretiennent-

93 Katie BISHOP, « Who is paying \$30 for “gamer girl” Belle Delphine’s bath water? » [en ligne], *The Guardian*, 2019, URL : <https://www.theguardian.com/technology/2019/jul/12/belle-delphine-gamer-girl-instagram-selling-bath-water>, consulté le 4 octobre 2023.

94 E.J. DICKSON, « Is Belle Delphine, a.k.a. Bathwater Gamer Girl, the Greatest Troll On the Internet? » [en ligne], 2019, URL : <https://www.rollingstone.com/culture/culture-features/belle-delphine-bathwater-gamer-girl-troll-857192/>, consulté le 4 octobre 2023: "Delphine se vend comme une « gamer girl », ce qui renvoie à un stéréotype très spécifique sur les femmes dans le domaine des jeux. Dans la communauté des joueurs, les femmes sont depuis longtemps perçues comme des demandeuses d'attention désespérées qui se sexualisent pour obtenir plus de vues et capitaliser sur le désir des " hommes en rut " pour des contreparties féminines geeks. Le mème de la " fake gamer girl « est si répandu, tout comme les abus et le harcèlement des femmes dans la communauté, qu'il a pour effet d'aliéner de nombreuses joueuses et de les rendre très soucieuses de la manière dont elles se présentent en ligne. Delphine, cependant, embrasse le stéréotype à bras-le-corps, à tel point qu'elle fait probablement quelque chose de bien plus compliqué - et sans doute plus intéressant - que de simplement chercher à plaire à des gamers en rut, explique Lux Alpraum, une écrivaine qui couvre les questions de sexe et de technologie. "Elle est presque une parodie du genre de fille que ces garçons recherchent", dit-elle. "Elle joue très directement avec les sensibilités de ces hommes." » (traduction personnelle).

95 Luc CHAGNON, Louis MBEMBE, « Modération inefficace, justice “aux fraises” : sur Twitch, les streamers désarmées face au sexisme » [en ligne], *BFMTV*, URL : [https://www.bfmtv.com/tech/gaming/moderation-inefficace-justice-aux-fraises-sur-twitch-les-streamers-desarmees-face-au-sexisme\\_AN-202211010036.html](https://www.bfmtv.com/tech/gaming/moderation-inefficace-justice-aux-fraises-sur-twitch-les-streamers-desarmees-face-au-sexisme_AN-202211010036.html), consulté le 4 octobre 2023.

elles avec les stéréotypes des joueuses ? Nous tenterons de répondre à ces questions en nous appuyant sur deux profils de joueuses différentes sur Twitch, Maghla et Cruelladk.

## III.2) Maghla, portrait d'une streameuse multigaming

Pour commencer, nous allons étudier le profil de Maghla, joueuse *multigaming* à succès. Cette étude nous permettra d'étudier le cas d'une streameuse qui a connu le cyberharcèlement et a réussi à se placer au-dessus des critiques qu'elle reçoit en osant assumer sa féminité sur les réseaux.

### III.2.A) Présentation

Maghla, de son vrai prénom Barbara,<sup>96</sup> est une streameuse née en 1993 qui aime les jeux vidéo depuis son enfance, grâce à ses parents, tous deux grands fans de jeux vidéo.<sup>97</sup> Elle a donc dès son enfance était plongée dans un espace propice à la naissance de sa passion pour le jeu vidéo, et avait de surcroît un modèle féminin de joueuse au travers de sa mère. Elle a débuté le streaming en 2016 et est devenue depuis l'une des streameuses francophones les plus suivies sur Twitch. Selon les catégories proposées par Taylor, elle appartient aux « streamers de variété » (« *variety streamers* »),<sup>98</sup> c'est-à-dire des streamers qui jouent à différents types des jeux, sans se spécialiser dans un jeu en particulier.

Comme de nombreuses streameuses, elle a dû faire face au cyberharcèlement, et l'a dénoncé l'an dernier, en 2022, sous la forme d'une série de Tweets dans lesquels elle décrivait les insultes, les photomontages pornographiques et d'autres formes de harcèlement qu'elle subissait quotidiennement. Elle y décrit des attaques de grande ampleur sous la forme de pages Reddit, de forums, de Discords et de messages privés. De nombreux streamers mais aussi des personnalités présentent sur Twitch ou liées au monde de la technologie ont écrit en retour des messages de soutien. Dans sa lignée, de nombreuses streameuses ont également dénoncé le sexisme auquel elles font face quotidiennement. Sa dénonciation a eu un grand retentissement médiatique et a été rapportée dans de nombreux articles.<sup>99</sup> Tout cela a eu un impact concret, d'abord avec la création

---

96 Nous n'avons pas trouvé d'articles mentionnant son nom de famille.

97 « Maghla : Infos & Actualités de la streameuse | ActuStream » [en ligne], URL :

<https://actustream.fr/streamers/maghla>, consulté le 4 juin 2023 ; HREF, « Maghla: retour sur son parcours avant de devenir streameuse » [en ligne], *NRJ.fr*, 2022, URL : <https://www.nrj.fr/actus/maghla-retour-sur-son-parcours-avant-de-devenir-streameuse-71357272>, consulté le 5 octobre 2023.

98 T. L. TAYLOR, *Watch Me Play: Twitch and the Rise of Game Live Streaming* [en ligne], *op. cit.*, p. 3.

99 Pauline FERRARI, « #MeToo du stream... Les streameuses témoignent des cyberviolences subies » [en ligne], *www.20minutes.fr*, 2022, URL : <https://www.20minutes.fr/by-the-web/4007968-20221102-99-ca-parle-sexe-viol-streameuses-temoignent-cyberviolences-sexistes-subies-twitch>, consulté le 5 octobre 2023 ; R.G. AVEC AFP, « Cyberharcèlement, photos obscènes, menaces: les streameuses crient leur dégoût » [en ligne], *BFMTV*, URL : [https://www.bfmtv.com/tech/gaming/cyberharcèlement-photos-obscenes-menaces-les-streameuses-crient-leur-degout\\_AD-202210260494.html](https://www.bfmtv.com/tech/gaming/cyberharcèlement-photos-obscenes-menaces-les-streameuses-crient-leur-degout_AD-202210260494.html), consulté le 5 octobre 2023 ; Etienne CHOLEZ, « Harcèlement sexuel, insultes, menaces de mort... La streameuse Maghla livre son quotidien sur les réseaux sociaux » [en ligne], *Franceinfo*,

d'un réseau nommé « Place de la paix »<sup>100</sup> par le streamer Billy<sup>101</sup> qui utilise l'intelligence artificielle pour repérer les messages malveillants sur le tchat en direct. Les utilisateurs malveillants sont alors suspendus pendant 24 h, le temps que les modérateurs prennent une décision. Le réseau permet également la création d'une liste d'utilisateurs malveillants partagée entre tous les streamers présents sur le réseau, qui sont ensuite interdits d'écrire sur les tchats de tous les membres du réseau. Cela permet d'une part d'empêcher les utilisateurs d'attaquer continuellement les streameuses, mais aussi de montrer qu'on ne peut pas tenir de propos sexistes sur Twitch en général, puisque des streamers de genre masculin sont également présents sur le réseau. Un autre impact plus récent concerne les mesures prises par Twitch pour lutter contre le problème du « *deepfake porn* », ou photomontage pornographique, qui touche de nombreuses streameuses en le définissant comme des IENC (« images explicites non consentuelles »). Twitch a choisi d'agir contre l'ensemble des images créées sans le consentement des personnes présentes sur l'image, et pas seulement contre celles à caractère sexuel.<sup>102</sup>

En dehors des problèmes de harcèlement et de son engagement contre le sexisme dans le milieu du jeu vidéo, Maghla est aussi plus récemment devenue une icône dans le milieu du cosmétique et de la mode. Elle a ainsi été choisie par Yves Saint-Laurent pour être l'égérie d'un de leurs mascaras<sup>103</sup> et a défilé lors de la Fashion Week édition Printemps/Été 2024 pour L'Oréal<sup>104</sup>. Elle navigue donc entre son amour du jeu vidéo et du streaming, ses goûts pour certaines activités féminines et le harcèlement lié à son genre.

### III.2.B) Analyse du profil de Maghla

En tant que streameuse multigaming, Maghla joue donc à des jeux très variés, comme *Minecraft*, *Among us*, *Animal Crossing : New Horizon* ou encore *The Witcher 3 : Wild Hunt*. Elle joue à tous

---

2022, URL : [https://www.francetvinfo.fr/internet/reseaux-sociaux/twitter/harcelement-sexuel-insultes-menaces-de-mort-la-streameuse-maghla-livre-son-quotidien-sur-les-reseaux-sociaux\\_5440531.html](https://www.francetvinfo.fr/internet/reseaux-sociaux/twitter/harcelement-sexuel-insultes-menaces-de-mort-la-streameuse-maghla-livre-son-quotidien-sur-les-reseaux-sociaux_5440531.html), consulté le 5 octobre 2023 ; Constance VILANOVA, « Paroles de streameuses harcelées sur Twitch : « J'aimerais tellement en avoir rien à faire. Comme mes copains vidéastes, ne pas y penser et me marrer » » [en ligne], *Le Monde.fr*, 2022, URL : [https://www.lemonde.fr/pixels/article/2022/10/28/harcelement-sur-twitch-les-streameuses-entre-liberation-de-la-parole-et-ras-le-bol\\_6147758\\_4408996.html](https://www.lemonde.fr/pixels/article/2022/10/28/harcelement-sur-twitch-les-streameuses-entre-liberation-de-la-parole-et-ras-le-bol_6147758_4408996.html), consulté le 5 octobre 2023.

100 « Place de la Paix » [en ligne], URL : <https://www.placedelapaix.fr/>, consulté le 5 octobre 2023.

101 « Le nouveau bot PDP pour lutter contre la haine sur Twitch | ActuStream » [en ligne], URL : <https://actustream.fr/articles/Bot-PDP-streamers-twitch>, consulté le 5 octobre 2023.

102 « L'enfer du Deepfake porn : Twitch réagit enfin | ActuStream » [en ligne], URL : <https://actustream.fr/articles/enfer-deepfake-porn-twitch>, consulté le 5 octobre 2023 ; « À propos du contenu explicite deepfake » [en ligne], URL : <https://safety.twitch.tv/s/article/Addressing-Explicit-Deepfake-Content?language=fr>, consulté le 5 octobre 2023.

103 Juliette BUJKO, « Maghla devient égérie d'Yves Saint Laurent » [en ligne], 2022, URL : <https://intrld.com/maghla-devient-egerie-dyves-saint-laurent/>, consulté le 5 octobre 2023.

104 Joanna GABRIEL, « Viola Davis, Eva Longoria, Andie MacDowell... Ces stars qui ont défilé pour L'Oréal Paris » [en ligne], *Marie Claire*, 2023, URL : <https://www.marieclaire.fr/defile-l-oreal-paris-2023,1461016.asp>, consulté le 5 octobre 2023.

les types de jeux vidéo, et semble avoir une préférence marquée pour l'horreur, genre auquel elle aimait jouer avec sa mère. Dans ses streams, elle aime beaucoup discuter avec sa communauté, que ce soit pour changer sa décoration ou encore pour parler de ses chats. Elle a une personnalité amicale, avec beaucoup d'humour et d'autodérision.

Maghla utilise la même photo de profil pour l'ensemble de ses réseaux sociaux (*figure 1*). Elle a la tête penchée et tient ses lunettes de soleil avec ses deux mains ornées de faux ongles, comme si elle nous regardait par-dessus. Son visage est maquillé avec un rouge à lèvres rouge, du mascara et des sourcils marqués. Ses cheveux bruns avec des longueurs roses sont coiffés en un chignon déstructuré et elle porte un débardeur blanc et une chemise en jean dans un style décontracté. En arrière-plan, on voit un ciel avec des nuages roses. Cette image, qui provient d'un shooting photo réalisé avec son compagnon photographe, semble incarner sa persona sur les réseaux. Elle apparaît ici comme une jeune femme moderne, féminine, sûre d'elle et pétillante.

Elle utilise également un décor aquatique en bannières sur l'ensemble de ses réseaux sociaux. Sur Twitch, elle utilise ce paysage comme écran d'attente lorsqu'elle n'a pas encore débuté le stream (*figure 2*). Il s'agit d'un paysage merveilleux avec comme couleurs dominantes le bleu, le violet et le vert. On y voit de la végétation marine, des papillons, une sorte de pilier antique qui rappelle des ruines anciennes. De temps en temps, un personnage anthropomorphe passe en courant face à la caméra. Au milieu, une sorte de symbole flotte au-dessus de l'eau. C'est un paysage qui convient à l'univers du *gaming*, car il rappelle le genre merveilleux qui est très présent dans les jeux vidéo. C'est un paysage qui se caractérise aussi par son aspect paisible, et qui semble nous promettre un moment de détente avec la streameuse. Elle reprend d'ailleurs cet univers aquatique dans son studio (*figure 3*). Elle utilise des lumières colorées rose et bleue, plusieurs plantes, notamment une dans un pot en forme de playmobil, des peluches de personnages de dessin animé, notamment celle de Karmit la grenouille dans le *Muppet show*, et des coussins en forme de fleurs. Son siège est en forme de coquillage, ce qui permet de rappeler le conte *La Petite sirène*. Au mur, il y a des dessins abstraits, représentant des sortes d'ouvertures enchevêtrées. C'est un décor qui rappelle à nouveau le monde du jeu vidéo, et reprend un univers *girly*. En reprenant son thème aquatique, elle crée ainsi une continuité graphique sur l'ensemble de ses réseaux.

Son profil contient peu d'informations à son sujet. Dans sa biographie sur Twitch, elle écrit seulement : « ceci est une bio ». Elle semble ici reprendre de manière humoristique le célèbre tableau du peintre René Magritte, *La Trahison des images*. Cette peinture représente le dessin d'une pipe avec la mention « ceci n'est pas une pipe », car il s'agit de l'image d'une pipe et non d'une pipe réelle. Ici, elle n'écrit pas véritablement une biographie. On s'attendrait donc à ce qu'elle

écrive plutôt « ceci n'est pas une bio ». Elle choisit d'inverser le sens de cette phrase de manière humoristique, et semble ainsi assumer le fait de ne pas donner beaucoup d'informations à son sujet. Cela, ainsi que le fait qu'elle n'ait pas donné son nom de famille, semble indiquer une volonté de sa part de séparer son identité privée de son identité de streameuse. Sur plusieurs réseaux, elle utilise aussi des descriptions liées au soleil. Sur Twitter, elle se présente comme un « petit rayon de soleil » suivi par une émoticône représentant un soleil, sur Instagram, cette seule émoticône lui sert de description. Sur TikTok, elle utilise le tournesol, fleur dont le nom mais aussi la forme connote le soleil. En effet, selon le *Trésor de la Langue Française* en ligne, le substantif « tournesol » vient de l'italien « *tornasole* » qui est composé du verbe « *tornare* » (« tourner ») et du substantif « *sole* » (« soleil »).<sup>105</sup> Cette fleur est donc littéralement un soleil qui tourne. Sur Youtube, sa description met plutôt l'accent sur l'ambiance qu'elle veut créer dans ses streams et ses vidéos : « que de la bonne humeur ». Le point commun entre toutes ces descriptions est qu'elles connotent toutes la joie. On regarde les streams de Maghla pour passer un bon moment.

Elle utilise régulièrement Twitter pour communiquer sur ses nouvelles vidéos et ses streams, mais aussi pour repartager des contenus en lien avec la beauté et la mode, mais ces derniers sont davantage mis en avant sur son compte Instagram. Elle met en ligne des shootings photo qu'elle réalise la plupart du temps avec son compagnon. Ce sont des shootings dans lesquels elle arbore des styles très différents, pouvant aller du *sportswear* à des styles plus féminins et *girly*. Elle se présente à la fois avec des vêtements unisexes et féminins. Dans un de ses posts à l'occasion d'une collaboration avec la marque de chaussures Clarcks Originals (*figure 4*), elle écrit ceci :

Ces derniers mois j'ai décidé de sortir de ma zone de confort et de tenter de nouvelles choses. Ce sont des projets que j'avais en tête depuis longtemps ou même des parts de moi que je n'osais pas montrer. Et j'avais si peur de comment vous alliez réagir à ça, parce que c'est nouveau, parce que ça change et parce que j'overthink tout le temps

J'avais envie de créer sur youtube, envie de complètement assumer ma féminité, envie de faire des shoots un peu plus mode tout en continuant de jouer à des jeux sur twitch sans prendre de douche. Avec le recul je me rends compte que cette peur était irrationnelle et totalement créée par moi, par la peur du regard des autres, la peur de décevoir ou la peur de rater. Au final je n'ai jamais été aussi heureuse qu'aujourd'hui, épanouie et vos retours sont adorables (merci).

J'avais envie de vous dire de ne pas écouter la petite voix dans votre tête qui vous dévalorise, de croire en vous et que même si vous ratez ce n'est pas grave, tout le monde rate, vous aurez essayé (et c'est déjà beaucoup) vous ferez mieux la prochaine fois.

Soyez fiers de vos petites victoires, de vos passions et de vous, on emmerde nos angoisses et on essaye de faire des choses qu'on aime

---

105 CNRTL, « TOURNESOL : Etymologie de TOURNESOL » [en ligne], URL : <https://www.cnrtl.fr/etymologie/tournesol>, consulté le 6 octobre 2023.

Ce message semble exprimer sa nouvelle façon de se présenter à son public. Le harcèlement qu'elle a subi a eu un grand impact sur elle. Elle en parle dans une interview qu'elle a accordée au magazine GQ :

Quand quelqu'un utilise ton image alors qu'il ne te l'a pas demandé, c'est très compliqué. Je me suis sentie violée dans mon intimité. Alors je me suis cachée sous des pulls XXL mais j'étais malheureuse. Quand je portais un débardeur, je mettais la main devant pour éviter une capture d'écran. C'était devenu des réflexes. J'étais devenue l'ombre de moi-même, je n'étais plus cette femme solaire que connaissait mon entourage. Et puis un jour, je me suis dit que quoi que je fasse je serai sexualisée. Alors j'ai décidé de n'écouter que moi et d'être celle que j'avais envie d'être.<sup>106</sup>

Maghla a donc elle aussi adopté des comportements afin d'éviter d'être la cible d'attaques sexistes. Le choix de vêtement large permet également de masquer son genre, en portant des vêtements qui cachent ses formes. On a pu voir avec Taylor le rejet que peuvent subir les femmes qui choisissent d'être féminines dans l'univers du gaming. Taylor remarque en effet que de nombreuses joueuses lui ont dit qu'elles avaient moins de problèmes lorsqu'elles s'habillaient comme des garçons manqués et imitaient les comportements masculins.<sup>107</sup> En effaçant leur féminité, ces joueuses se rapprochent de l'image iconique du joueur masculin et peuvent ainsi apparaître comme plus légitimes. Cela permet également d'éviter d'être soupçonnée d'être une « *fake gamer girl* ». La première réaction de Maghla a donc été de cacher son corps afin d'éviter cela en mettant des vêtements unisexes.

Après ses dénonciations, Maghla a décidé de se libérer du regard des autres. Elle a choisi d'être plus en phase avec elle-même, et de ne plus se laisser influencée par le sexisme qu'on lui faisait subir. Dans son interview, elle explique qu'elle se protège des attaques en créant une séparation entre celle qu'elle est dans la vie de tous les jours, Barbara, et son personnage qu'elle a créé sur Twitch. Cette séparation entre ce qu'elle est vraiment et son image est donc aussi un moyen pour elle de se protéger de la violence sur les réseaux et de se sentir plus libre. En osant faire cela, elle fait passer le message qu'il n'y a pas de problème à être une femme dans le milieu du jeu vidéo. Elle donne un message de liberté d'être simplement ce que l'on est. Sa participation au défilé L'Oréal s'inscrit dans la continuité de cette nouvelle image qu'elle s'est créée. Le slogan de ce défilé était « *you are worth it* » (« tu le mérites »). Dans ce défilé, de nombreuses personnalités de tous les milieux ont été invitées. L'idée était de célébrer la diversité des formes de beauté. Dans une story Instagram qu'elle a créée pour montrer toutes les étapes de sa participation au défilé (*figure 5*), elle écrit aussi ceci :

---

106 Condé NAST, « Maghla : “Je pense qu'il y a plus grave dans la vie qu'une femme qui joue aux jeux vidéo” » [en ligne], *GQ France*, 2023, URL : <https://www.gqmagazine.fr/pop-culture/article/maghla-interview-twitch-youtube-gq-hype>, consulté le 10 octobre 2023.

107 T. L. TAYLOR, *Watch Me Play: Twitch and the Rise of Game Live Streaming* [en ligne], *op. cit.*, p. 234.

Merci je suis fière d'avoir participé à un défilé qui met en avant autant de personnes différentes et toutes plus belles les unes que les autres. Vous êtes magnifiques qui que vous soyez. N'oubliez jamais ça. Ne laissez jamais personne mettre ça en doute, soyez fièr(e) de vous, de vos choix et ne lâchez jamais vos rêves et envies. Vous avez de la valeur, vous méritez le bonheur et la réussite de vos projets. Ceux ou celles qui voudraient vous faire croire le contraire ont tort. *You're worth it.*

Ce message témoigne de la continuité entre ses activités en lien avec le monde de la mode et sa décision de se libérer du sexisme dont elle fait l'objet. De telles figures sont essentielles pour lutter contre le sexisme dans la communauté vidéoludique puisqu'elles permettent de montrer d'autres figures de joueurs, de faire petit à petit intégrer l'idée que tout le monde est légitime pour jouer aux jeux vidéo, quelle que soit son identité. Cette idée de liberté s'incarne également dans sa participation au GP Explorer organisé par Squeezie, une course automobile entre streamers où elle a été une des rares femmes présentes. La course automobile comme le streaming de jeu vidéo sont tous deux des domaines à majorité masculine, ce qui permet de créer une certaine continuité entre ces deux milieux.

### **III.3) Cruelladk, portrait d'une joueuse experte**

Après avoir étudié le profil de Maghla, nous allons maintenant nous pencher sur le cas de Cruelladk, streameuse et joueuse de haut niveau au sein de la guilde *Method* dans le jeu *World of Warcraft*. La question de la performance sera au cœur de notre étude. En tant que joueuse experte, elle a des compétences élevées dans le jeu *World of Warcraft*. Or, un des préjugés sur les joueuses est qu'elles seraient moins performantes que les joueurs.

#### **III.3.A) Présentation**

Cruelladk, de son vrai nom Louise Martinez, est une joueuse de haut niveau spécialisée dans le jeu *World of Warcraft*.<sup>108</sup> Elle a commencé à jouer à l'âge de 9 ans grâce à son père qui jouait lui-même à ce jeu. Pendant son adolescence, elle commence à jouer à haut niveau au sein de plusieurs guildes et participe à des raids dans des guildes françaises appartenant au top 30 des meilleures guildes du jeu. Elle commence le streaming régulièrement à partir de 2018 et rejoint la guilde « From Scratck » qui devient numéro un. Elle rejoint ensuite « Method », une guilde internationale, en 2020 et atteindra la seconde place au niveau mondial en 2022. Son pseudonyme sur les réseaux mélange celui qu'elle utilise dans le jeu, « Cruella », et les initiaux de la classe avec laquelle elle joue, « dk » de « *Death Knight* » (en français, « Chevalier de la mort »).

---

108 « Cruella : Infos & Actualités de la streameuse WoW | ActuStream » [en ligne], URL : <https://actustream.fr/streamers/cruella>, consulté le 4 juin 2023.



*World of Warcraft* est un MMORPG<sup>109</sup> dans lequel deux factions combattent pour dominer le territoire d'Azeroth. La première faction est la Horde, dont les valeurs sont « l'honneur et la liberté », la deuxième est l'Alliance qui se bat pour « la justice et le droit ». Les joueurs peuvent choisir d'évoluer seul ou à plusieurs en rejoignant des guildes.

Comme Maghla, elle a aussi dû faire face au sexisme en ligne. Elle a ainsi rencontré des difficultés lors d'un stream où elle jouait avec les spectateurs, et où certains d'entre eux se sont attaqués de manière groupée à son personnage et se vantaient ensuite de l'avoir tué dans le jeu.<sup>110</sup> Cet évènement l'a forcé à interrompre le stream et à écrire ensuite un long texte d'explication sous la forme d'un TwitLonger dans lequel elle évoque aussi les difficultés qu'elle a rencontrées dans le jeu à trouver une guildes parce que certaines refusent les femmes. Nous avons en effet pu voir l'importance de ce phénomène avec Catherine Driscoll dans son article consacré aux gamer girls. Cruelladk évoque également les remarques sexistes qu'elle et les membres de sa guildes ont pu recevoir<sup>111</sup>. Ces insultes se centrent d'une part sur ses capacités dans le jeu qui sont remises en question et sur son corps. Elle parle aussi d'un harcèlement qu'elle a subi par cinq joueurs qui lui envoyaient des menaces de mort et avaient réussi à obtenir des photos personnelles de sa famille. Du fait de son statut d'experte, elle est particulièrement exposée au préjugé voulant qu'elle ne soit pas compétente dans les jeux vidéo, ce qui ne peut qu'être un obstacle dans sa passion pour la compétition. Cela est favorisé par le fait qu'elle appartient, selon les catégories de Taylor, aux « streamers de e-sports » (« *esports streamers* »)<sup>112</sup> qui proposent un divertissement basé sur leur expertise du jeu vidéo. De ce fait, c'est la performance vidéoludique qui est au coeur du stream. Cela implique que les spectateurs regardent comment le joueur expert joue et cherchent à voir des prouesses. Le poids que doit supporter une joueuse de haut niveau est donc largement plus élevé lors des séances de streaming.

### **III.3.B) Analyse du profil de Cruelladk**

Sur la photo de profil qu'elle a mise en ligne sur Twitch, Cruelladk a choisi de se représenter dans son univers, celui du gaming. On la voit avec un visage souriant dans un espace où on peut apercevoir en arrière-plan un ordinateur avec un jeu. Sur Twitter, elle choisit également une photo où on la voit parler devant un micro, sans doute lors d'une conférence à laquelle elle a participé en

---

109 Jeu de rôle en ligne massivement multijoueur.

110 Cyril POMATHIOD, « Une streameuse World of Warcraft au bout du rouleau raconte son cyber-harcèlement » [en ligne], *Dexerto.fr*, URL : <https://www.dexerto.fr/divertissement/streameuse-world-of-warcraft-raconte-cyber-harcelement-1086044/>, consulté le 10 octobre 2023.

111 Dans son TwitLonger, Cruelladk cite par exemple ces deux messages : « Au début quand tu es arrivée dans la guildes je pensais que tu étais nulle comme tu es une fille, mais en fait je me suis trompé tu es une bonne joueuse », ou encore « mdr mdr tu joues avec cette e-girl, tu sais que tu vas jamais la pecho ? Elle est immonde en plus ».

112 T. L. TAYLOR, *Watch Me Play: Twitch and the Rise of Game Live Streaming* [en ligne], *op. cit.*, p. 82.

tant que joueuse experte. Sur Instagram, elle a plutôt opté pour une photo d'elle plus quotidienne tandis que sur Youtube, elle a choisi l'image d'une silhouette blanche d'un chat sur un fond bleu et violet. Cette image provient de son écran d'attente sur Twitch, lorsqu'elle n'a pas encore démarré le stream (figure 6). On peut y voir un chat qui marche au travers de plusieurs paysages imaginaires. Il comporte plusieurs tableaux, l'un avec un paysage automnal avec des arbres, un autre bleuté avec des images urbaines de grands immeubles, et un autre encore avec un paysage plus printanier et des architectures d'inspiration asiatique. Le chat semble explorer plusieurs univers, ce qui rappelle l'exploration dans les jeux vidéo qui permet aux joueurs de découvrir des mondes multiples et merveilleux.

Contrairement à Maghla, Cruelladk n'utilise pas la même image pour son écran d'attente et ses bannières. Sa bannière sur Twitch, Twitter et Youtube représente des personnages du jeu *World of Warcraft* derrière un drapeau portant le sigle de sa guilde, Method (figure 6). On voit également sur cette bannière ses quatre sponsors, Metafy, un groupe qui propose des séances de coaching sur les jeux vidéo avec des joueurs professionnels, Hyper X et Kingston Fury, tous deux issus du domaine de la technologie avec des produits spécifiquement créés pour les joueurs, et Glytch, une entreprise qui propose des produits pour aider les joueurs à rester en bonne santé. En tant que joueuse de haut niveau, Cruelladk propose également des cours sur Metafy. On la voit d'ailleurs représentée vêtue d'un t-shirt de son équipe en train de bander un arc sur le lien menant vers la réservation de ses cours sur Twitch (figure 7). Elle apparaît ainsi comme une combattante. Elle assure également la promotion de son équipe en ajoutant un lien direct vers la boutique officielle de Method avec des vêtements, des casquettes et d'autres objets aux couleurs de l'équipe, et un discount pour ceux qui suivent des chaînes Twitch appartenant des membres de l'équipe.

Sur sa biographie sur Twitch et Youtube, elle se présente d'abord comme une joueuse experte :

Joueuse compétitive et expérimentée sur *World of Warcraft*, j'aime transmettre ma passion et j'organise au quotidien du contenu avec ma communauté ! Actuellement joueuse chez Method, je stream également le jeu à haut niveau lors des progress.

Elle met en avant son haut niveau, sa passion pour le jeu, et son appartenance à une équipe de renommée mondiale. Elle met également en avant l'aspect participatif, essentiel lors de ses streams. En effet, elle diffuse souvent des séances où on la voit préparer ses personnages pour les prochains « progress » et des raids qu'elle réalise avec son équipe de haut niveau. Elle effectue également des raids avec les spectateurs de son stream qui le souhaitent. Son ton pendant ses streams change en fonction du contenu. Elle peut avoir des conversations avec ses spectateurs sur des sujets très quotidiens comme le sommeil lorsqu'elle prépare ses personnages, et prendre un rôle de leadeuse

pendant les raids avec sa communauté. Elle a elle aussi beaucoup d'humour et aime parler de son chat. Du fait de son appartenance à une équipe internationale, elle attire un public francophone et anglophone, ce qui l'amène à parler en français et en anglais pendant ses streams. Son studio est moins élaboré que celui de Maghla, avec un siège de gaming et quelques plantes à en arrière-plan (*figure 8*). Le cadre est davantage resserré sur son visage en comparaison avec Maghla. Récemment, le 30 septembre 2023, elle a diffusé le tournoi Eve Ascension en direct en compagnie de deux autres streameuses, Frozencrystal et Nunakeau, toutes les deux joueuses de *World of Warcraft*. Ce tournoi organisé par Team Liquid, société spécialisée dans le jeu vidéo professionnel,<sup>113</sup> a pour objectif de mettre en avant le talent des joueuses et des personnes issues de genres minoritaires.<sup>114</sup>

Sur Youtube, c'est aussi son statut d'experte qui est mis en avant. Il n'y a que cinq vidéos qui sont principalement des guides pour vaincre des ennemis. Sur Twitter et Instagram, elle met en avant son appartenance à une équipe de haut niveau et son travail en tant que streameuse : « Twitch Partner and player for Method ». Sur son compte Instagram, elle publie quelques photos de sa vie quotidienne, parfois avec des membres de sa famille, et de sa participation à des événements en tant que membre de Method. Elle y parle également de sujets plus délicats, comme d'un complexe dont elle a longtemps souffert à cause de la forme de son nez. Elle a osé parler de son choix de se faire opérer pour se sentir mieux dans sa peau.

Étant donné que Cruelladk est une joueuse en ligne, son avatar peut également être intéressant à étudier dans le cadre de notre analyse (*figure 9*). Parmi les joueuses en ligne interrogées par Catherine Driscoll, une partie d'entre elles avaient choisi des avatars féminins avec des allures de combattantes (armures, vêtements adaptés au combat) tandis que d'autres avaient au contraire choisi des avatars *girly* pour s'amuser.<sup>115</sup> Cruelladk semble appartenir au premier groupe de joueuses en ligne. Son avatar principal est une chevalière de la mort appartenant à la race des orcs.<sup>116</sup> Il porte une armure noir et rouge qui recouvre entièrement son corps. C'est un avatar qui n'a aucun trait féminin. On est donc loin des personnages féminins hypersexualisés dont nous avons pu parler auparavant. C'est un avatar qui se veut avant tout imposant et puissant. En dehors de l'apparence du personnage, notons qu'elle a choisi une classe qui a pour rôle l'attaque et la défense de ses coéquipiers. D'après les entretiens que Driscoll a menés avec des joueuses, il peut être difficile pour elles de choisir des rôles de premier plan au sein des guildes du fait de la pression que

---

113 « About Us - Team Liquid - Professional Esports Organization » [en ligne], URL : <https://www.teamliquid.com/about>, consulté le 12 octobre 2023.

114 GOGOGADGETKAT, « Team Liquid's Eve Ascension Returns September 30th! » [en ligne], *Raider.IO*, 2023, URL : <https://raider.io/news/548-team-liquids-eve-ascension-returns-september-30th>, consulté le 12 octobre 2023.

115 Fanny LIGNON, *Genre et jeux vidéo, op. cit.*, p. 191-192.

116 « Cruelladk - Personnage - WoW » [en ligne], *World of Warcraft*, URL : <https://worldofwarcraft.blizzard.com/fr-fr/character/eu/twisting-nether/cruelladk>, consulté le 12 octobre 2023.

cela peut occasionner pour elles. C'est pourquoi beaucoup de joueuses de MMORPG choisissent des rôles de supports.<sup>117</sup> Tout ce qui est considéré comme féminin dans les jeux en ligne tend à être dénigré, ce qui mène notamment à la dévalorisation de certaines classes, notamment celle de guérisseur. Un des clichés de la gamer girl, selon Driscoll, est celui de la « copine guérisseuse » qui provient en réalité des « jeux de table » et de la « High Fantasy ».<sup>118</sup> On voit ici que Cruelladk n'a pas cédé à la pression en choisissant de jouer un rôle de premier plan dans sa guilde.

Cruelladk, par le biais de l'ensemble de ses réseaux, se présente donc comme une joueuse experte du jeu *World of Warcraft*. L'aspect le plus important de sa persona semble être la performance. Cela permet de montrer qu'une femme peut jouer à haut niveau. C'est pourquoi elle n'a pas de problème à choisir de s'habiller de manière féminine, que ce soit lors de ses séances de streaming ou dans ses photos sur les réseaux.

### III.4) Figures atypiques de joueuses : les grand-mères

Jusqu'à maintenant, les joueuses que nous avons étudiées étaient toutes des jeunes adultes. Pourtant, selon l'étude « Les Français et les jeux vidéo » en 2022,<sup>119</sup> 6,3 millions de joueurs ont plus de 60 ans, avec une moyenne d'âge établie à 69 ans. Ils représentent 14 % de l'ensemble des joueurs en France et 44 % des séniors, ce qui signifie que presque un sénior sur deux joue aux jeux vidéo. Parmi eux, beaucoup sont des joueurs réguliers. Ainsi, 20 % d'entre eux jouent plusieurs fois par jour, 32 % jouent presque tous les jours, et 16 % jouent une à deux fois par semaine.

Cette hausse du nombre de joueurs âgés de plus de 60 ans implique par conséquent une plus grande visibilité médiatique. Certains d'entre eux entrent même dans des compétitions de jeu à haut niveau, notamment lors du tournoi de Wii Bowling sénior qui se déroule chaque année à l'occasion de la Paris Games Week en France. À chaque édition, les médias ne manquent pas d'en parler en s'étonnant que des personnes aussi âgées jouent aux jeux vidéo.<sup>120</sup> Les industries du jeu vidéo ont-elles aussi pris conscience de l'existence d'une clientèle plus âgée. Nintendo a par exemple créé deux publicités avec des séniors jouant aux jeux vidéo. Dans l'une d'elles, on voit une grand-mère qui joue au bowling en ligne sur le jeu *Nintendo Switch Sports* et domine la compétition face à des

---

117 Fanny LIGNON, *Genre et jeux vidéo*, op. cit., p. 210-211.

118 *Ibid.*, p. 212-213.

119 SELL, « Les français et le jeu vidéo en 2022 » [en ligne], *AFJV*, op. cit.

120 « Marcel et Monique, champions de Wii Bowling à plus de 70 ans, prouvent qu'il n'y a pas d'âge pour aimer les jeux vidéo » [en ligne], *Le HuffPost*, 2022, URL : [https://www.huffingtonpost.fr/life/article/paris-games-week-marcel-et-monique-champions-de-wii-bowling-a-plus-de-70-ans-ont-ravi-les-internautes\\_209808.html](https://www.huffingtonpost.fr/life/article/paris-games-week-marcel-et-monique-champions-de-wii-bowling-a-plus-de-70-ans-ont-ravi-les-internautes_209808.html), consulté le 15 octobre 2023 : « Car qui penserait que deux personnes âgées s'amuseraient autant au Wii Bowling ? Cette séquence rappelle que les jeux vidéo n'ont pas d'âge. Ils ont même plusieurs bénéfices pour les séniors. »

joueurs du monde entier.<sup>121</sup> Dans une autre, on voit un grand-père qui joue au golf sur le même jeu et apprend à son fils et son petit-fils, moins doués, à jouer. En ligne, il domine également la compétition et réalise le moins de coups pour arriver au trou.<sup>122</sup>

La visibilité médiatique des joueurs seniors passe également par les réseaux sociaux. Parmi eux, beaucoup sont des joueuses. L'une des plus connues est sans doute la Japonaise Hamako Mori, plus connue sous le pseudonyme Gamer Grandma, avec 560 mille abonnés sur Youtube. Elle a obtenu le titre de Youtubeuse de jeux vidéo la plus âgée en 2020, à l'âge de 89 ans, et a été inscrite dans le Guinness des records.<sup>123</sup> Elle joue à de nombreux jeux vidéo comme *Splatoon*, *Call of duty* ou encore *Final Fantasy*. Une autre figure de joueuse sénior connue est l'Américaine Shirley Curry, âgée de 87 ans, avec 1,29 million d'abonnés sur Youtube qui joue aussi à des jeux vidéo très divers mais est particulièrement fan du jeu vidéo *The Elder Scrolls V : Skyrim*. Elle a également une boutique sur laquelle elle vend des mugs et des t-shirts à sa communauté. Une autre figure connue est celle d'Audrey qui n'a pas de chaîne Youtube mais apparaît régulièrement sur celle de son petit-fils, connu sous le pseudonyme Phubans. Elle est spécialisée dans la franchise *Animal Crossing* et s'est fait connaître pour ses 3 500 heures de jeu passées sur *Animal Crossing : New Leaf* en jouant tous les jours pendant 4 ans.<sup>124</sup>

Plusieurs éléments sont communs à ces trois figures. Le premier est lié à leur engagement. Chacune de ces joueuses a découvert les jeux vidéo grâce à des joueurs plus jeunes. Hamako Mori a eu envie de jouer aux jeux vidéo en regardant des enfants y jouer, Audrey a découvert les jeux vidéo lorsque son petit-fils lui a demandé son aide pour résoudre un puzzle dans un jeu vidéo et Shirley Curry a appris à jouer à *Civilisation II* avec son fils. Un autre élément qui les lie est que deux d'entre elles ont attiré l'attention des éditeurs de jeux vidéo. Bethesda a par exemple décidé d'introduire un personnage à l'effigie de Shirley Curry dans *The Elder Scrolls VI*,<sup>125</sup> et un nouveau personnage

---

121 *Nintendo Switch Sports — Grams VS The World — Nintendo Switch*, [en ligne], 2022, URL : <https://www.youtube.com/watch?v=ote-iMoF06g>, consulté le 17 janvier 2023.

122 *Nintendo Switch Sports — Golfing With Gramps — Nintendo Switch*, [en ligne], 2022, URL : <https://www.youtube.com/watch?v=x1G5Klc40EA>, consulté le 15 octobre 2023.

123 Voir notamment sa vidéo d'annonce et un article plus récent publié sur Gentside : 皆様にお知らせしたいことがあります *I have some big news!*, [en ligne], 2020, URL : <https://www.youtube.com/watch?v=Tpqj47mMIY0>, consulté le 15 octobre 2023 ; Jason FILANKEMBO, « À 93 ans, Hamako Mori est la plus vieille streameuse au monde et elle joue sûrement mieux que vous ! » [en ligne], *Gentside gaming*, 2023, URL : [https://gaming.gentside.com/streaming/youtube/a-93-ans-hamako-mori-est-la-plus-vieille-streameuse-du-monde\\_art33430.html](https://gaming.gentside.com/streaming/youtube/a-93-ans-hamako-mori-est-la-plus-vieille-streameuse-du-monde_art33430.html), consulté le 15 octobre 2023.

124 *87-Year-Old Grandma Shows Her 3500+ Hour Animal Crossing Town*, [en ligne], 2019, URL : <https://www.youtube.com/watch?v=Uwimf72h5qA>, consulté le 7 novembre 2023 ; Guillaume CHAGOT, « Animal Crossing : une joueuse de 87 ans dévoile sa ville après 3500 heures de jeu » [en ligne], 2019, URL : [https://hitek.fr/42/animal-crossing-joueuse-87-ans-devoile-ville-3500-heures\\_6384](https://hitek.fr/42/animal-crossing-joueuse-87-ans-devoile-ville-3500-heures_6384), consulté le 7 novembre 2023.

125 Tiphaine ELSENER, « The Elder Scrolls VI : la mamie Skyrim fait pression sur Bethesda pour jouer avant sa mort » [en ligne], 2022, URL : [https://hitek.fr/actualite/the-elder-scrolls-6-mamie-skyrim-veu-tjouer-avant-mourir\\_35798](https://hitek.fr/actualite/the-elder-scrolls-6-mamie-skyrim-veu-tjouer-avant-mourir_35798), consulté le 31 octobre 2023.

nommé Audie apparu dans *Animal Crossing : New Horizons*, le dernier opus de la série, pourrait, selon de nombreux fans, être un clin d'oeil à Audrey, qui appelle son avatar Audie dans le jeu<sup>126</sup>. Enfin, un des aspects les plus importants de leurs personas de joueuses est leur statut de grand-mère qui structure leurs échanges avec leurs communautés respectives. Dans le cas d'Hamako Mori, cela apparaît directement dans le choix de son pseudo, « Gamer Grandma ». Elle est souvent appelée « grand-mère » dans les commentaires de ses vidéos. Shirley Curry a elle créé un groupe Steam nommé « Grandma Shirley's Grandkids » (littéralement, « Les petits enfants de grand-mère Shirley ») et appelle régulièrement ses abonnés ses petits-enfants. On retrouve aussi dans sa boutique en ligne des t-shirts avec des appellations faisant aussi référence à une relation entre grand-mère et petits enfants, comme « *Adventuring with Grandma Shirley* » (« partir à l'aventure avec grand-mère Shirley ») ou encore « *Good Morning Grandkids* » (« bonjour mes petits-enfants »). Pour ce qui est d'Audrey, la plupart des titres des vidéos de son petit-fils mettent en avant son statut de grand-mère et son âge. Les commentaires expriment souvent de l'admiration pour leur niveau de jeu, leur passion, et aussi un plaisir à voir que de générations plus anciennes réussissent aussi à apprécier les jeux vidéo. Un lien intergénérationnel semble se former par le biais de la passion vidéoludique. Leur succès pourrait aussi s'expliquer par la réputation du jeu vidéo, qui reste encore très critiqué. Voir des séniors jouer permet de donner une image plus positive du jeu puisque cela témoigne d'une certaine vivacité intellectuelle (réflexes, réflexion...). On est ainsi impressionné par les capacités de personnes si âgées, qui sont souvent de surcroît de très bonnes joueuses.

Ces joueuses séniors apparaissent ainsi comme des figures doublement marginales dans le paysage des jeux vidéo, du fait de leur genre et de leur âge. Elles participent à une déconstruction de l'image du joueur. Nous n'avons pas trouvé d'attaques ou de comportements haineux à leur égard pendant notre étude. Leur âge tend au contraire à générer un sentiment de bienveillance et de respect au sein de la communauté. Du fait de leur âge, comme Taylor en avait déjà fait l'hypothèse la concernant,<sup>127</sup> il pourrait être plus facile pour elles d'être des femmes dans la communauté gaming, parce qu'elles échappent à toute accusation de manipulation des joueurs avec leur sexualité. De plus, en se présentant comme des grands-mères, elles mettent en avant un lien familial dans lequel les spectateurs peuvent se projeter.

---

126 THM MAGAZINE, « Animal Crossing: New Horizons, vous allez adorer cette vidéo unboxing d'Audie, une fan... de 88 ans ! » [en ligne], 2020, URL : <https://www.thmmagazine.fr/animal-crossing-new-horizons-unboxing-nintendo-switch-audie/>, consulté le 31 octobre 2023.

127 T. L. TAYLOR, *Watch Me Play: Twitch and the Rise of Game Live Streaming* [en ligne], *op. cit.*, p. 234.

Avec ces différents cas, nous avons pu voir comment les joueuses pouvaient se représenter en ligne. Pour Maghla, il s'agit d'exprimer sa passion du jeu et un goût pour la mode et un univers *girly* assumé afin d'aider la communauté à être plus inclusive avec les personnes ne correspondant pas à l'image du joueur. Pour Cruelladk, il s'agit surtout de mettre en avant ses compétences sur *World of Warcraft* en tant que membre d'une équipe renommée à l'international, montrant ainsi qu'il est possible pour une joueuse de jouer à haut niveau, mais aussi de transmettre sa passion à ses abonnés au travers de ses streams. Enfin, avec le cas des grands-mères gameuses sur Youtube nous a permis de voir l'impact que joue l'âge mais aussi le lien familial que parviennent à créer ces joueuses. Bien que leur âge fasse d'elles des figures marginales, il semble ici que ce soit justement cet aspect qui leur permette de créer plus facilement une connexion avec leur communauté. Elles sont ainsi capables d'échapper aux attaques que subissent régulièrement les joueuses.



## IV) Les femmes dans le e-sport et le sport de compétition

Nous allons maintenant nous intéresser au domaine du e-sport, c'est-à-dire des compétitions de jeu vidéo, que nous comparerons avec le sport de haut niveau. Pour cela, nous commencerons par établir un lien général entre les problématiques de genre dans le e-sport et dans le sport de compétition, puis nous passerons à une étude plus approfondie d'une joueuse de e-sport, Kayane, et d'une judokate, Clarisse Agbégénou.

### IV.1) La situation des femmes dans le e-sport et dans le sport professionnel

Le e-sport est sans doute un des espaces vidéoludiques les plus masculins. Dans son article consacré au genre dans le e-sport,<sup>128</sup> Egil Trasti Rogstad explique que les femmes représentent que 35 % des joueurs de e-sport et seulement 5 % des joueurs professionnels en 2019. Selon lui, cela implique que les femmes dans le e-sport ont rarement l'occasion de se confronter à des adversaires de très haut niveau. Il remarque dans son étude des textes sur le e-sport qu'un grand nombre d'entre eux utilisent la notion de masculinité hégémonique créé par Roewyn Connell. Ce concept, comme le remarque Rogstad, a rapidement été appliqué aux sportifs qui incarnent une des formes de masculinités hégémoniques. Cela pourrait donc indiquer l'existence de liens entre les questions de genre dans les compétitions sportives et vidéoludiques. En effet, les femmes ont dû faire face à de nombreux obstacles pour arriver à devenir des sportives professionnelles. De manière générale, la pratique du sport chez les femmes a longtemps été limitée par les conventions sociales. Catherine Louveau, dans l'article « Inégalité sur la ligne de départ : femmes, origines sociales et conquête du sport »,<sup>129</sup> explique les difficultés et les inégalités qui subsistent dans l'accès des femmes au monde sportif. Selon elle, le sport a longtemps été un privilège des femmes aristocrates ou ayant un haut niveau d'éducation. Certaines pratiques sportives comme l'escrime et l'équitation appartenaient à un ensemble de loisirs associés aux femmes aristocrates au XIXe siècle. Même lorsque les femmes ont commencé au début du XXe siècle à créer des organisations destinées à émanciper les femmes par le sport, la majorité d'entre elles étaient des femmes diplômées, y compris parmi les compétitrices qui accéderont pour la première fois aux jeux olympiques. Dans les années 1920, bien

---

128 Egil Trasti ROGSTAD, « Gender in eSports research: a literature review » [en ligne], *European Journal for Sport and Society*, vol. 19, n° 3, Routledge, 2022, URL : <https://doi.org/10.1080/16138171.2021.1930941>, consulté le 25 juin 2023.

129 Catherine LOUVEAU, « Inégalité sur la ligne de départ : femmes, origines sociales et conquête du sport » [en ligne], *Clio. Femmes, Genre, Histoire*, n° 23, Éditions Belin, 2006, URL : <https://journals.openedition.org/clio/1877>, consulté le 18 octobre 2023.

que le sport féminin s'organise sous la forme de compétitions et de fédérations et gagne une envergure internationale, le nombre de sportives reste très faible. Ainsi, aux jeux olympiques de 1928, les athlètes femmes ne représentent que 6 % de tous les sportifs présents. Ces dernières ont également dû faire face à des campagnes contre les compétitions féminines dans les années 1930, notamment contre le football et la barette.<sup>130</sup> Le sport pour les femmes est longtemps resté confiné pendant la première partie du XXe siècle à des stéréotypes féminins, avec l'idée d'un sport qui doit « favoriser la maternité et l'exigence de grâce et de beauté ». Les inégalités persistent encore aujourd'hui et sont partiellement liées à des différences entre milieux sociaux. De plus, les sports continuent d'être associés aux femmes ou aux hommes en fonction de l'activité.<sup>131</sup> S'il y a des femmes qui participent à des activités sportives dites masculines, ces dernières restent minoritaires lorsqu'on les compare aux hommes. Ainsi, seules 2 % des licenciées de football sont des femmes. Elle remarque aussi une différence en matière d'acceptation de la présence féminine en fonction du type de sport. Les sports qui favorisent plutôt l'empreinte de qualités masculines comme « des savoirs techniques et scientifiques, du courage, des qualités intellectuelles ou morales » sont vus plus positivement. L'acceptation est plus difficile lorsque le sport demande des capacités physiques comme la force : « plus celle-ci se joue sur le terrain de la force, du combat et de l'affrontement, du "physique", autrement dit des attributs valorisés dans la construction populaire de la virilité, plus affirmées sont, à ce jour encore, les résistances à la venue des femmes. »

Avec cela, on pourrait penser que le jeu vidéo pourrait facilement dépasser ce problème, puisque les compétitions ne demandent pas de la force physique mais plutôt des capacités techniques, de la réactivité, et une profonde connaissance du système de jeu. Or, comme nous l'avons vu dans la première partie de notre étude, le jeu vidéo hérite d'une vision masculine de la technologie qui mène à une mise en doute de la capacité des femmes dans ce domaine. Rangstad pense également que cette vision de la technologie est en partie responsable du faible nombre de joueuses dans le e-sport professionnel. Si on ajoute à cela le fait que de nombreux jeux vidéo utilisent des éléments associés à la virilité comme le combat, on peut comprendre les difficultés que peuvent avoir les femmes à entrer dans ce milieu.

---

130 Jean FABRE, « Football et rugby, ces jeux qui viennent du nord », *Pouvoirs*, vol. 121, n° 2, Le Seuil, 2007: « La barette, pratiquée au XIXE siècle, surtout dans la région parisienne, se jouait avec un ballon ovale qu'il fallait porter avec les mains derrière les buts adverses ou faire passer avec le pied au-dessus d'une corde tendue quelques mètres au-dessus du sol. Il était possible d'arrêter l'adversaire simplement en le touchant. »

131 À noter que certaines disciplines sont réservées aux femmes aux jeux olympiques. C'est par exemple le cas de la gymnastique rythmique. Les hommes pourront participer pour la première fois aux épreuves de natation artistique en équipe lors des jeux olympiques de Paris 2024. Pour plus d'informations, voir : « Les sports Olympiques de Paris 2024 » [en ligne], *Paris 2024*, URL : <https://www.paris2024.org/fr/sports-olympiques/>, consulté le 7 octobre 2023.

La masculinité dans le e-sport est une question complexe qui prend à la fois appui sur la culture geek et la masculinité athlétique. C'est ce que T. L. Taylor explique dans son étude consacrée aux joueurs professionnels de e-sport. Selon elle, l'athlétisme a longtemps été vu comme une des principales formes de construction de la masculinité. Il est par conséquent lié au concept de masculinité hégémonique.<sup>132</sup> Parmi les joueurs de e-sport, Taylor a noté d'une part la présence de joueurs qui s'affiliaient davantage à la masculinité geek, expliquant leur professionnalisation par leur passion pour les jeux vidéo, et de l'autre, un courant qui s'associe à la masculinité athlétique, avec des joueurs qui mettent en avant leurs accomplissements sportifs en les liant avec leur pratique du jeu vidéo.<sup>133</sup> Dans ce dernier groupe, le type de masculinité va ensuite dépendre du sport pratiqué par le joueur. Le problème qui persiste ici, selon elle, est que la masculinité geek peut toujours être vue comme inférieure aux autres formes de masculinité. Elle peut avoir des manquements qui l'éloignent de la masculinité hégémonique, et peuvent entraîner sa marginalisation. Selon Taylor, il existe trois courants de défense de la culture geek par le biais du e-sport. La première s'éloigne de la masculinité hégémonique, des normes traditionnelles et cherche plutôt à mettre en avant l'aspect social du e-sport contre l'isolation encore à ce jour largement associée au jeu vidéo dans les imaginaires. La seconde s'inquiète de voir la culture geek devenir grand public, et craint, entre autres, une féminisation de cette culture. Enfin, le dernier courant prend appui sur la masculinité athlétique et cherche à relier e-sport et masculinité hégémonique en affirmant que les « vrais hommes » peuvent jouer aux jeux vidéo.

Cette complexité des masculinités au sein du e-sport se retrouve dans son pendant féminin. Selon Taylor, la féminité dans le s-sport s'appuie, comme pour la masculinité sur la féminité geek, et la féminité athlétique. En reprenant Tess Kay, Taylor explique que la division hommes/femmes dans le milieu du sport s'appuie sur trois critères.<sup>134</sup> Le premier est médical et suppose que les femmes n'ont pas les mêmes capacités physiques que les hommes. Le second est esthétique et décrit l'activité sportive des femmes comme disgracieuse et visuellement peu plaisante. Le dernier critère est social, et suppose que le sport n'est pas une activité féminine. Selon Taylor, ces critères, comme pour la masculinité athlétique s'appuient sur une vision essentialiste du genre qui associe d'une part l'esthétique et la grâce aux femmes, et de l'autre la force et la compétition aux hommes. Le fait de jouer aux jeux vidéo à haut niveau tend à donner une image non-féminine aux joueuses. Face à cela, les joueuses peuvent réagir de plusieurs manières.<sup>135</sup> L'une d'elles consiste à utiliser ce que Taylor appelle des signaux compensateurs en reprenant des codes féminins traditionnels. Cela peut passer

---

132 T. L. TAYLOR, *Raising the Stakes: E-Sports and the Professionalization of Computer Gaming*, op. cit., p. 114-115.

133 Pour cette partie consacrée aux formes de masculinité dans le e-sport, voir : *Ibid.*, p. 115-118.

134 *Ibid.*, p. 121-122.

135 Pour plus de détails sur la féminité dans le e-sport, voir : *Ibid.*, p. 122-125.

par un choix d'avatars ou de photos ayant pour objectif de les rendre plus féminines, mais aussi par la mise en avant d'intérêts typiquement féminins.<sup>136</sup> Selon Taylor, cela n'implique pas forcément une performance inauthentique du genre et peut tout à fait s'inscrire dans la culture geek. Cela peut également être un moyen de combattre le sexisme et les stéréotypes dans le domaine du gaming. Le fait d'être une joueuse professionnelle peut aussi être vu comme une opportunité marketing pour les sponsors. Certaines équipes féminines jouent ainsi sur les codes féminins traditionnels en s'appuyant sur la « supposée nouveauté des femmes joueuses ».<sup>137</sup> Pour autant, comme Taylor le souligne, cela repose principalement sur un problème de fond dans le milieu du gaming qui est le sexisme et l'ensemble des structures qui mène à la marginalisation des femmes dans le milieu. Taylor ajoute à ce propos qu'on retrouve de tels comportements chez les sportives qui doivent parfois utiliser les codes de la féminité traditionnelle. La seconde approche choisie par une partie des joueuses est de prendre une posture dominante par le biais d'un mélange entre une forme d'hypermasculinité et de féminité.<sup>138</sup> Ce sont des joueuses qui se montrent agressives dans leur manière de s'exprimer tout en mettant en avant des intérêts féminins. L'expression utilisée par Taylor, « *kick ass and take names while dolled up* » (« botter des fesses et se faire un nom tout en étant pomponnée ») traduit bien l'état d'esprit de ces joueuses. Ces joueuses doivent, comme l'ensemble des joueuses, faire face aux accusations d'être là seulement pour rencontrer des hommes. Ces joueuses font face au défi de la « double identité », entre leurs statuts de joueuses de haut niveau, et le fait qu'elles sont des femmes dans une culture à dominance masculine.<sup>139</sup>

Selon Taylor, les femmes sont souvent marginalisées dans leur accès aux communautés qui leur permettraient de développer leurs compétences.<sup>140</sup> Déclarer le fait qu'elles sont des femmes peut pousser les joueurs à les rejeter. Certains joueurs refusent même de jouer contre des joueuses parce qu'ils ne veulent pas perdre face à une femme. Parmi les joueurs, il existe des possibilités d'acquérir des compétences grâce à des connexions avec des joueurs ayant un niveau de jeu plus élevé qui les intègrent à leur équipe et les entraînent. Taylor n'a pas trouvé de tels dispositifs pour les joueuses, alors qu'elles ont besoin d'affronter des adversaires d'un niveau plus élevé que le leur pour monter en compétences. Ces inégalités entre hommes et femmes vont à l'encontre de la vision méritocratique du e-sport qui veut que n'importe qui soit capable de jouer à haut niveau s'il s'en donne les moyens. Cette vision fait que beaucoup de joueurs s'imaginent que s'il n'y a pas

---

136 *Ibid.*, p. 123.

137 *Ibid.*, p. 127: « The supposed novelty of women gamers - and indeed it is only an imagined novelty given the actual large number of real women playing computer games - has been used to sell everything from soda to computer equipment. »

138 *Ibid.*, p. 123.

139 *Ibid.*, p. 123-124.

140 Pour toute cette partie, voir : *Ibid.*, p. 125-128.

beaucoup de joueuses de haut niveau, c'est parce qu'elles ne sont pas suffisamment douées, alors qu'il s'agit en réalité d'un problème d'inégalité qui persiste encore dans le monde du gaming. Taylor pose aussi le problème de la ségrégation dans les compétitions de e-sport. Bien que les compétitions soient pour la plupart mixtes, ces dernières tendent très souvent à être 100 % masculines. Certains organisateurs choisissent donc parfois de créer des compétitions féminines. Certains approuvent l'existence de telles compétitions parce qu'ils croient qu'il y a une différence inhérente entre hommes et femmes, de la même manière que dans le sport. D'autres voient dans ces compétitions un moyen de compenser les inégalités structurelles qui existent dans le milieu en donnant l'occasion aux joueuses de monter en compétences. Toujours est-il que leur simple existence témoigne du manque d'accessibilité du jeu de haut niveau pour les joueuses.

Avec cette mise en parallèle du genre dans le domaine du sport et du jeu vidéo, nous pouvons constater des similitudes mais aussi des différences de représentation du genre dans ces deux domaines. En effet, si le e-sport reprend les questions de genres dans le milieu du sport, force est de constater que ces dernières interagissent avec la culture geek qui propose d'autres modèles de féminité et de masculinité et complexifie ainsi la question du genre. Pour mieux étudier les questions de genres dans ces deux milieux, nous nous appuyons sur deux figures féminines, celles de Clarisse Agbégénéou, célèbre judokate, et de Kayane, joueuse professionnelle spécialisée dans les jeux de combat. Ces deux figures féminines ont un point commun, le combat, que ce soit sur un tatami ou dans un monde virtuel. Nous verrons également que la notion de combat dans les persona qu'elles se sont créées, dépassent le domaine de la compétition.

## **IV.2) Clarisse Agbégénéou, judokate**

Dans un premier temps, nous allons étudier la figure de Clarisse Agbégénéou, judokate française renommée. Cette célèbre judokate, médaillée d'or aux Jeux olympiques d'été au Japon en 2021 évolue dans un sport associé aux hommes. Le sport de combat est l'inverse de la vision du sport féminin mêlant grâce et esthétique. Il valorise plutôt la force et le combat, des valeurs associées à la masculinité. Dans cette partie, nous utiliserons principalement le livre *Combattre pour être soi : les conseils d'une championne*, sorti en juillet 2021, une autobiographie qui retrace son parcours, comme trame pour nos analyses. Nous étudierons d'abord sa trajectoire d'engagement, puis nous étudierons le rapport que Clarisse entretient avec le genre.

### **IV.2.A) Trajectoire d'engagement de Clarisse Agbégénéou**

Comme l'indique le titre de son autobiographie, Clarisse Agbégénéou s'est construit par le combat, une notion qui, dans son livre, ne se limite pas au judo. Comme le suppose le sous-titre, « les

conseils d'une championne », il ne s'agit pas simplement d'un récit de vie. Clarisse utilise son parcours pour donner des conseils applicables dans la vie de tous les jours. Son livre est édité par Rageot, une maison d'édition spécialisée dans la littérature jeunesse. Il s'inscrit dans une lignée de livres sur les parcours de plusieurs sportives. Dans cette collection, on retrouve le livre *Vivre sa passion : Six filles dans la course du Vendée Globe* écrit par Alexia Barrier, Clarisse Crémer, Samantha Davies, Pip Hare, Isabelle Joschke, Miranda Merron en 2020, et un autre livre, écrit par la footballeuse Amandine Henry en 2019, s'intitulant *Croire en ses rêves ! Le journal d'une championne*. Ces livres semblent indiquer la volonté de l'éditeur de mettre en avant des modèles de femmes ambitieuses et sportives, afin de briser certains stéréotypes autour du sport.

Clarisse commence son récit par sa naissance qui a été particulièrement difficile, comme elle le raconte dans le premier chapitre s'intitulant « Une arrivée fracassante dans le monde ». Elle y raconte la naissance d'elle et son frère jumeau, tous les deux prématurés à la suite de complications pendant la grossesse de sa mère. Elle subit une opération des reins en urgence et tombe dans le coma pendant plusieurs jours. À son réveil, le chirurgien qui l'a opéré aurait déclaré : « Votre fille est une battante ».<sup>141</sup> Cela lui permet de se mettre en avant dès le début du récit une persona de combattante. Elle s'inscrit ensuite dans une lignée de personnalités nées prématurées : « le scientifique Albert Einstein, Napoléon, le peintre Pablo Picasso ou bien encore la grande danseuse russe Anna Pavlova ».<sup>142</sup> Cette lignée de prématurés illustres a le même objectif que le récit de sa naissance : « je crois que j'ai en commun avec toutes ces personnes et tous ces bébés une chose incroyable : une envie de me battre, une soif de vaincre ».<sup>143</sup> Elle situe ainsi son envie de se battre dans ce qui a été la première bataille de sa vie, lutter pour survivre. Ainsi, Clarisse se présente au travers du récit de sa naissance, comme une combattante née. C'est pourquoi elle ne pouvait pas être elle-même sans trouver son combat, qui sera le judo.

Elle raconte ensuite son arrivée dans le milieu du judo. Ses parents voulaient absolument que leurs enfants pratiquent un sport. C'est pourquoi elle sera très rapidement sensibilisée à la pratique sportive. Elle va pratiquer plusieurs sports dans lesquels elle va s'ennuyer pour diverses raisons. Elle s'est d'abord essayée à la danse classique, un sport qui est traditionnellement considéré comme féminin, puis le hip-hop, qu'elle n'aimera pas parce qu'il faut apprendre des pas. Après avoir essayé d'autres sports comme la course en relais, elle découvre le judo lors d'un cours découverte. Ses parents, voyant son enthousiasme, décident de l'inscrire dans un club. Elle est alors âgée de neuf

---

141 Clarisse AGBÉGNÉNOU, *Combattre pour être soi : Les conseils d'une championne* [en ligne], Rageot, 2021, p. 9, URL : [https://lire.amazon.fr/?asin=B097TFK5FD&\\_encoding=UTF8&ref=dbs\\_p\\_ebk\\_r00\\_pcb\\_rnvc00](https://lire.amazon.fr/?asin=B097TFK5FD&_encoding=UTF8&ref=dbs_p_ebk_r00_pcb_rnvc00).

142 *Ibid.*

143 *Ibid.*, p. 10.

ans. Son club repère très vite son talent et l'encourage à passer des ceintures pour pouvoir participer à des compétitions. Dès l'adolescence, elle développe le désir de faire de se professionnaliser et s'inscrit en sport étude.

Pour mieux analyser sa trajectoire d'engagement, nous pouvons nous appuyer sur la typologie des femmes pratiquant des sports à risques proposée par Nicolas Penin.<sup>144</sup> Il divise les femmes engagées dans des sports à risques en trois catégories. Le premier groupe est composé des « héritières », des femmes « qui ont été rapidement familiarisées aux activités physiques, aux pratiques masculines et incitées même à prendre des risques ». Elles héritent « d'un patrimoine sportif familial largement portée par les hommes et les garçons » et adopte souvent des métiers masculins. La deuxième catégorie correspond aux « converties », des femmes ayant eu une « socialisation conventionnelle » pendant leur enfance et dont l'engagement dans les sports à risques est provoqué par une rencontre avec un « ami » ou un « compagnon » qui « propose un modèle et des incitations » à pratiquer ces sports. L'engagement est provoqué le plus souvent par un événement qui crée une rupture biographique. La dernière catégorie est celle des « éphémères », des femmes dont le parcours ne les encourage pas à pratiquer des sports à risques, mais qui les découvrent par hasard, sans pour autant que cela mène à un engagement à long terme.

Au sein de ces catégories, le parcours d'engagement de Clarisse semble se rapprocher davantage de celui de l'héritière. Pendant son enfance, elle jouait avec son frère jumeau, et se battait même avec lui dans la cour de récréation. Le fait que ses parents l'aient encouragé à pratiquer un sport de son choix, est ce qui a permis à Clarisse de découvrir le judo, ce qui a débouché sur un véritable engagement à long terme. De plus, en dehors de son métier de judokate professionnelle, Clarisse est aussi adjuvante à la gendarmerie, un milieu également associé aux hommes.<sup>145</sup> Pour autant, il paraît difficile de considérer qu'il existe un héritage familial puisque ni ses parents ne pratiquent ni ses frères ne pratiquent de sports de combat.

#### **IV.2.B) Clarisse Agbégénéou : une femme dans un sport de combat**

Clarisse s'est plusieurs fois exprimé sur son statut de femme dans un sport de combat. Dans son livre, elle l'évoque à plusieurs reprises. Ces épisodes de sa vie mettent en avant d'une part les préjugés qui existent dans la société concernant les sports de combat, mais aussi une idée assez centrale dans son discours qu'il n'y a pas d'incompatibilité entre sport de combat et féminité.

---

144 Nicolas PENIN, « Des parcours et des engagements » [en ligne], dans *Les Sports à risque : Sociologie du risque, de l'engagement et du genre*, Arras, Artois Presses Université, coll. « Cultures sportives », 2020, URL : <http://books.openedition.org/apu/8116>, consulté le 24 mars 2023.

145 Hugo CHALLIER, « Clarisse Agbégénéou décroche son 6e titre de championne du Monde de judo » [en ligne], *Ministère de l'intérieur et des outre-mers*, URL : <https://www.gendarmerie.interieur.gouv.fr/gendinfo/sport/clarisse-agbegnenou-decroche-son-6e-titre-de-championne-du-monde-de-judo>, consulté le 2 novembre 2023.



Le premier moment où ce problème est évoqué apparaît lorsque ses parents sont convoqués chez la proviseure parce qu'elle était trop agitée en cours. Cet incident a eu lieu avant qu'elle ne commence le judo, mais montre déjà les stéréotypes qui sont rattachés à la pratique des sports de combat par les femmes. La superviseure a un comportement assez méprisant envers Clarisse, notamment en critiquant ses notes qu'elle dit « moyennes » en comparaison avec celle de son frère Aurélien qui sont « exemplaires ».<sup>146</sup> Elle insinue au travers de cela qu'elle risque de ne pas réussir dans la vie telle qu'elle est. La directrice propose alors à ses parents d'inscrire Clarisse dans un sport de combat : « Puisqu'elle est un peu garçon manqué, faites-lui faire, je ne sais pas, moi, un sport de combat. Ça devrait en théorie la canaliser. Je dis bien "en théorie"... ».<sup>147</sup> Avec ces mots, on voit bien que la directrice considère les sports de combat comme une activité masculine. Les guillemets qui entourent la locution adverbiale « en théorie » indique que la directrice ne pense pas réellement que les sports de combat vont aider Clarisse. Elle insinue que leur fille ne pourra pas avoir un avenir brillant. Ses parents ont une attitude protectrice envers elle. Sa mère lui parle d'ailleurs à ce propos à leur retour chez eux dans un passage du livre :

– Avant d'entrer, sache une chose importante : tu n'es pas un garçon manqué. Tu es une fille réussie. Et tu vas nous le prouver. Tu sais pourquoi ?

– Non, maman.

Je la regarde. Elle n'a plus l'air fâché. Elle me répond :

– Nous, nous croyons en toi. Et ça, c'est le plus important. Tu comprends ?

– Oui, maman.<sup>148</sup>

La mère de Clarisse met ici l'accent sur l'aspect péjoratif de l'expression « garçon manqué ». L'adjectif « manqué » implique l'échec. En effet, le Trésor de la langue française en ligne définit l'adjectif « manqué » ainsi : « qui n'a pas, qui n'est pas réussi. Synon. Raté. » Une autre définition donnée par le dictionnaire est celle-ci : « qui n'a pas les qualités requises pour l'état, la fonction désigné(e). »<sup>149</sup> Il y a dans ces deux sens l'idée d'échec ou de manque. C'est pourquoi sa mère inverse l'expression en parlant de « fille réussie ». Nous pouvons interpréter cette phrase de deux manières. La première est qu'elle dit qu'une fille a le droit d'adopter des comportements masculins. Cela semble corroboré par le conseil que donne Clarisse à la fin du chapitre :

Et puis surtout, fille, garçon, tout cela n'a aucune importance. Une fille a le droit d'être forte, sportive. Un garçon, lui, a le droit d'être sensible, de préférer la danse par exemple. Nous sommes tous et toutes égaux. Ne l'oublie pas.<sup>150</sup>

---

146 Clarisse AGBÉGNÉNOU, *Combattre pour être soi : Les conseils d'une championne* [en ligne], *op. cit.*, p. 28-29.

147 *Ibid.*, p. 30.

148 *Ibid.*

149 « MANQUÉ : Définition de MANQUÉ » [en ligne], URL : <https://www.cnrtl.fr/definition/manqu%C3%A9>, consulté le 25 octobre 2023.

150 Clarisse AGBÉGNÉNOU, *Combattre pour être soi : Les conseils d'une championne* [en ligne], *op. cit.*, p. 31.

Une autre interprétation serait qu'en disant cela, sa mère veut dire qu'elle est fière de sa fille, et a confiance en elle et son avenir, que la directrice remettait en doute. Avec l'adjectif « réussie », sa mère met en avant le fait qu'elle est fière de sa fille et de ce qu'elle est. Clarisse rencontre également des problèmes à l'école avec un garçon nommé David, appartenant à l'équipe de football de son école qui est jaloux de ses performances en cours de sport, qui tient des propos sexistes à son sujet, comme dans la citation suivante : « tu fais un sport de garçon, alors je me demande si t'es une vraie fille ». Il insinue également qu'elle ne peut pas être compétente au judo parce qu'elle est une fille : « et en plus, je suis sûr que quand tu es au judo, tu sais même pas te battre ! »<sup>151</sup>. Ce qui ressort de cet épisode semble être que l'hostilité de David est liée au fait qu'il s'est fait battre par une fille dans un espace de construction de la masculinité, le sport.

Dans les médias, Clarisse Agbégénéou est souvent décrite comme une sportive avec un fort caractère. Son style de combat est décrit comme agressif, et elle-même admet agir comme « une gentille fille, toute mignonne dans la vraie vie, toujours à rigoler » puis se transformer lors de ses affrontements en « un vrai pitbull, une lionne ».<sup>152</sup> Dans un entretien pour le journal *Le Parisien*, Clarisse évoque également ses modèles féminins :

Beyoncé et Serena Williams. J'ai toujours adoré la musique. Quand Beyoncé chante : « Who run the world ? Girls ! » (« Qui dirige le monde ? Les filles ! »), ça me booste. Pour moi, elle incarne la femme forte. Quant à Serena, je m'y suis identifiée très jeune : comme elle, j'étais une petite fille noire, et je la voyais réussir dans le tennis, ça m'inspirait. Je me disais : « Si elle peut le faire, moi aussi. » Au fil des ans, alors que, moi-même, je commençais à construire mon palmarès, elle est devenue un modèle absolu. J'admire tout chez elle : sa tonicité, son élocution, son anglais — OK, c'est sa langue maternelle, mais j'adorerais savoir le parler aussi bien.<sup>153</sup>

Ses modèles sont donc la chanteuse Beyoncé et la joueuse de tennis Serena Williams. Le fait qu'il s'agisse de deux femmes noires n'est pas anodin. Elle précise d'ailleurs que le fait que Serena Williams était une « fille noire » comme elle dans le milieu du sport l'a encouragée à poursuivre son rêve de devenir judokate professionnelle. En effet, dans son livre, Clarisse raconte qu'elle a aussi dû faire face au racisme dans le monde du sport. Alors qu'elle venait de gagner un tournoi, elle entend des cris de singes. C'est sa première expérience avec le racisme : « je suis une fille noire. Je ne dis rien. J'encaisse. C'est la première fois que je réalise que la couleur de ma peau peut être un problème pour certains. »<sup>154</sup> Cet événement ne la décourage pas pour autant et l'encourage à devenir

---

151 *Ibid.*, p. 68.

152 Pour nos commentaires concernant sa personnalité, voir notamment : « 2014 : Clarisse Agbégénéou, une championne «à fort caractère» | INA » [en ligne], *ina.fr*, URL : <https://www.ina.fr/ina-eclair-actu/judo-clarisse-agbegnebou-finale-championne-maman>, consulté le 6 novembre 2023. Les citations proviennent également de ce document.

153 Gaëtane MORIN, « Clarisse Agbégénéou, les combats d'une championne : « Il m'a fallu cinq titres mondiaux pour être légitime » » [en ligne], *Le Parisien (site web)*, 2023, URL : [https://nouveau-europresse-com.accesdistant.sorbonne-universite.fr/Link/mnhnT\\_20211/news·20230324·PFR·dmdkoh5fm5dtbf3dfuip4czpnm](https://nouveau-europresse-com.accesdistant.sorbonne-universite.fr/Link/mnhnT_20211/news·20230324·PFR·dmdkoh5fm5dtbf3dfuip4czpnm).

154 Clarisse AGBÉGNÉOU, *Combattre pour être soi : Les conseils d'une championne* [en ligne], *op. cit.*, p. 62.

encore meilleure au judo.<sup>155</sup> Serena Williams a elle aussi souffert, comme cela est dit dans l'interview au Parisien, d'attaques visant son corps. Comme l'explique Lori Latrice Martin,<sup>156</sup> son corps subit une forme de surveillance, du fait de sa musculature et de sa force qui ne correspondent pas aux attentes que la société a d'une femme athlète, ou d'une joueuse de tennis. C'est également une discipline sportive où peu de femmes noires ont été présentes et ont eu un tel succès. De ce fait, les médias ne cessent de scruter ses choix vestimentaires pendant les compétitions. Comme le déclare Clarisse Agbégénou dans son entretien, Serena Williams a continué de faire de ce qu'elle veut, malgré les attaques. Elle s'identifie à Serena Williams et Beyoncé parce que toutes les deux incarnent des figures de femmes puissantes qui n'ont pas peur de faire ce qu'elles veulent malgré les critiques. D'après Keivan Djavadzadeh,<sup>157</sup> Beyoncé est au cœur de débats au sein du Black feminism qui interprète sa tendance à la sexualisation dans ses contenus musicaux comme pouvant relever de « la célébration ou de la réification du corps noir féminin », et ce malgré le fait que la chanteuse a déclaré être féministe. Cela occasionne une opposition entre de jeunes féministes qui apprécient Beyoncé, et des féministes plus âgées qui se montrent plus critiques. Le féminisme hip hop, créé par Joan Morgan, est un féminisme qui veut intégrer la culture hip hop, et soutient que le féminisme devrait davantage prendre en considération l'univers dans lequel les jeunes filles noires d'aujourd'hui évoluent. Il s'agit pour eux d'actualiser les idées présentes dans le Black feminism sans pour autant le rejeter. Beyoncé a elle fait le choix de continuer à faire ce qu'elle veut, malgré les critiques d'une partie des féministes. C'est donc la liberté de ces deux figures féminine qui semble l'intéresser, comme elle le confirme à la fin de son interview :

Je veux que les sportives qui me succéderont se sentent libres et légitimes, qu'elles bousculent les codes pour faire évoluer les mentalités et les règles. On peut avoir une vie de femme, une vie de maman et une vie de championne en même temps. Si je remporte une médaille à Paris, dans un peu plus d'un an, j'aurai fait passer ce message. Et c'est aussi pour cela que ces Jeux sont très importants pour moi.<sup>158</sup>

Le choix de ces deux figures d'afficher leur féminité est également essentiel. En effet, elle déclare dans un entretien pour *Les Échos* que la féminité est importante pour elle, notamment au travers de son intérêt pour le maquillage et les bijoux.<sup>159</sup> Comme l'indique également l'extrait de l'interview qu'elle a donné au *Parisien*, Clarisse Agbégénou a aussi en commun avec Serena Williams son

---

155 *Ibid.*, p. 63.

156 Lori Latrice MARTIN, « Double Fault: Serena Williams and Tennis at the Intersection of Race and Gender », vol. 42, n° 3/4, Washington State University Press, 2019.

157 Keivan DJAVADZADEH, « The Beyoncé Wars : le Black feminism, Beyoncé et le féminisme hip-hop » [en ligne], *Le Temps des médias*, vol. 29, n° 2, Nouveau Monde éditions, 2017, URL : <https://www.cairn.info/revue-le-temps-des-medias-2017-2-page-159.htm>, consulté le 11 octobre 2023.

158 Gaëtane MORIN, « Clarisse Agbégénou, les combats d'une championne : « Il m'a fallu cinq titres mondiaux pour être légitime » » [en ligne], *Le Parisien (site web)*, *op. cit.*

159 Ophélie Colas Des FRANCS, « Clarisse Agbegenou, judokate engagée » [en ligne], *Les Echos Executives*, 2020, URL : <https://business.lesechos.fr/entrepreneurs/toujours-plus-haut/role-modeles/0603438322958-clarisse-agbegenou-judokate-engagee-338670.php#Xtor=AD-6000>, consulté le 6 novembre 2023.

statut de mère. Lori Latrice Martin explique dans son article que Serena Williams a beaucoup été observée après son accouchement, et que ce dernier a même marqué un tournant dans sa carrière. Les médias se sont particulièrement focalisés sur sa maternité, et un journaliste est même allé jusqu'à lui demander si elle faisait les bons choix pour son enfant. Selon Latrice Martin, de tels propos proviennent de la caricature de la « *mammy* », c'est-à-dire des femmes noires qui travaillaient comme domestiques dans les familles blanches. Dans cet imaginaire, la relation entre la domestique et la famille est présentée comme affectueuse, alors que comme elle le souligne, on pouvait imaginer la frustration que pouvaient ressentir ces femmes. L'impact de cette caricature aurait été une association des femmes noires avec les tâches domestiques. Pour Latrice Martin, la question du journaliste insinuait donc qu'en tant que mère, elle devrait davantage se concentrer sur sa vie domestique.

Clarisse Agbégénéou a elle fait le choix d'afficher sa maternité. Elle se photographie souvent sur les réseaux sociaux avec sa fille et son compagnon. Elle a impressionné le public en reprenant les compétitions quelques mois après sa grossesse accompagnée de sa fille.<sup>160</sup> Elle a également publié un livre sur le sport et la maternité, *Maman et sportive :Préserver son corps et retrouver la forme après bébé* en mars 2023. Avec cela, elle veut montrer qu'on peut être performante, même après une grossesse. Clarisse est porteuse de nombreux autres combats pour lever des tabous autour du corps féminin. Elle a ainsi réussi à faire en sorte que la Fédération Internationale de Judo l'autorise à allaiter sa fille en salle d'échauffement, comme elle l'explique dans son interview pour le Parisien. Elle a également publié une photo d'elle sur Instagram où on la voit allaiter sa fille, afin de changer le regard de la société française sur l'allaitement, encore vu par certains comme obscène. Dans un entretien pour le journal l'Équipe,<sup>161</sup> elle parle aussi de la place des seins dans la pratique sportive et de la nécessité d'avoir le bon équipement pour les protéger. Elle évoque le regard des hommes, qui lorsqu'ils combattent avec les femmes ont peur de leur faire mal ou de toucher leur poitrine par accident. Elle est aussi ambassadrice de la marque Réjeanne, spécialisée dans la production de culottes menstruelles, et lève le tabou sur les règles en parlant des difficultés qu'elle a rencontrées à l'adolescence lors de la pratique du judo.

La persona de combattante de Clarisse va donc également dans le sens d'un combat contre le sexisme et les stéréotypes. Elle veut encourager chacun à être qui il est quel que soit son genre, sans

---

160 OUEST FRANCE, AFP, « Judo. Clarisse Agbegenou retrouve la compétition en Géorgie après son congé maternité » [en ligne], *Ouest-France.fr*, 2022, URL : <https://www.ouest-france.fr/sport/judo/judo-clarisse-agbegenou-retrouve-la-competition-en-georgie-apres-son-conge-maternite-fdd778da-6cda-11ed-b8cb-853622caf17b>, consulté le 7 août 2023.

161 Chrystelle BONNET, « « Tu pourrais regarder un peu plus haut ? » La judoka Clarisse Agbegenou, quatre fois championne du monde (- 63 kg), raconte l'envers de sa brassière », *L'Équipe magazine*, 2020.

se laisser limiter dans ses choix par son genre et les stéréotypes qui lui sont associés. Tout cela fait d'elle une sportive engagée, qui combat également pour aider les femmes qui manquent de confiance en elles et ouvrir le dialogue sur des sujets importants concernant le corps féminin.

### **IV.3) Kayane, e-combattante**

Nous allons maintenant étudier le profil de Kayane, de son vrai nom, Marie-Laure Norindr, joueuse professionnelle spécialisée dans les jeux de combat. Grâce à notre analyse précédente de Clarisse Agbégénou, nous allons pouvoir étudier les points communs et les différences dans la question du genre. Du fait de son statut de joueuse de jeux de combat, Kayane évolue dans un milieu particulièrement marqué par le sexisme. Une étude de l'IFOP sur le sexisme dans les jeux vidéo<sup>162</sup> a révélé que les joueurs de jeux de combat et de MMORPG adhéraient plus souvent à des idées sexistes. 32 % des joueurs de jeux de combat considèrent qu'il est normal d'importuner une femme pour la séduire et 26 % d'entre eux considèrent que lorsqu'une femme dit « non » à une relation sexuelle, cela veut dire « oui ». Dans les résultats de l'étude, Enora Lanoë-Danel, chargée d'étude à l'IFOP, explique ces chiffres par « l'entre-soi d'une communauté pendant longtemps quasi exclusivement masculine, dont les imaginaires et les représentations étaient habités de figures tout aussi exclusivement viriles ». Les conséquences pour les joueuses sont d'une grande ampleur : 71 % des joueuses de jeux de combat interrogées ont été victimes et/ou témoins au moins d'une forme de sexisme lors d'interactions avec d'autres joueurs. Cela mène 66 % d'entre elles à adopter des stratégies d'évitement en cachant leur genre, contre 40 % de l'ensemble des joueuses. Comme précédemment, nous allons commencer par étudier le parcours de Kayane, puis nous nous intéresserons à son rapport avec la féminité. Son livre autobiographique, *Kayane : Parcours d'une e-combattante*, nous servira de trame pour notre analyse.

#### **IV.3.A) Trajectoire d'engagement de Kayane**

Kayane utilise dans le titre de son autobiographie le néologisme « e-combattante » qui lui permet d'une part de se présenter comme une combattante dans un monde virtuel, mais met aussi l'accent sur son genre. Kayane commence son récit par sa première expérience dans une salle d'arcade, à l'âge de neuf ans, où elle a affronté d'autres joueurs en dehors de ses proches pour la première fois.<sup>163</sup> À cette occasion, elle participe à une session de freeplay sur le jeu de combat *Dead or Alive 2*. Le freeplay est une forme de jeu où le joueur qui gagne reste à la borne d'arcade jusqu'à ce qu'un

---

162 Carl CHAMOISEAU, « Quand sexisme et jeux vidéo font (encore) bon ménage - Une enquête exclusive de l'IFOP pour GamerTop » [en ligne], 2023, URL : <https://gamertop.fr/enquete-ifop/>, consulté le 26 mai 2023.

163 KAYANE, *Kayane : parcours d'une e-combattante* [en ligne], 404 Editions, 2016, chap. « Étincelle », URL : [https://lire.amazon.fr/?asin=B01DFV52L2&\\_encoding=UTF8&ref=dbs\\_p\\_ebk\\_r00\\_pbcb\\_rnvc00](https://lire.amazon.fr/?asin=B01DFV52L2&_encoding=UTF8&ref=dbs_p_ebk_r00_pbcb_rnvc00).

autre joueur réussisse à le battre. Du fait de son niveau déjà élevé malgré son jeune âge, Kayane, encore à l'époque, Marie-Laure, n'a aucune difficulté à battre le joueur et à rester à la borne d'arcade, pour ne la quitter qu'au moment où elle a dû rentrer chez elle. Son engagement suit une voie assez facilement identifiable. Dans sa famille, ses deux frères, Émilien et Max, jouent à des jeux vidéo de combat et sont tous les deux des compétiteurs. Marie-Laure, seule fille de la famille – à l'instar de Clarisse Agbégénou –, a donc sans doute très rapidement commencé à jouer aux jeux de combat avec ses frères. Son intérêt est donc précoce, puisque c'est à l'âge de neuf ans qu'elle participe à sa première compétition et devient vice-championne du jeu *Dead or Alive 2*. Son profil correspond en tout point à celui de l'« héritière ». Elle a découvert sa passion pour les jeux vidéo et de la compétition à haut niveau grâce à ses frères et leurs amis avec qui elle jouait. Ces derniers lui ont permis d'avoir un premier environnement sécurisé où elle pouvait vivre sa passion, sans subir d'attaques liées à son genre ou son âge. Elle ira jusqu'à gagner plusieurs compétitions en se plaçant très souvent dans les tops des meilleurs joueurs. La différence entre elle et Clarisse est que, bien que les sports de combat soient traditionnellement considérés comme masculins, il existe des cours et des compétitions pour les femmes. De plus, Clarisse évolue toujours dans un milieu non-mixte, où elle est toujours en compétition avec d'autres femmes, en dehors des entraînements où elle affronte régulièrement des hommes. Ce n'est pas le cas pour Kayane, qui a évolué dans un univers où, très souvent, tous ses concurrents étaient des hommes depuis sa plus tendre enfance.

Au-delà de son combat dans les jeux vidéo, elle lutte également pour la reconnaissance du e-sport et, de manière générale, du jeu vidéo. Son travail sur la chaîne GameOne, qu'elle a débuté alors qu'elle était encore étudiante, porte ainsi sur le monde du e-sport. Dans son livre, elle exprime le souhait que le e-sport soit organisé en fédérations, comme c'est déjà le cas pour le sport. Elle lutte également contre les stéréotypes qui affectent l'ensemble des joueurs de jeu vidéo. Elle met en avant par exemple le fait qu'elle était une bonne élève et que sa participation aux tournois l'encourageait à être d'autant plus studieuse puisque ses parents n'acceptaient qu'elle se rende à des compétitions que si elle avait des bonnes notes. Cela va ainsi à l'encontre de stéréotype voulant que les enfants qui jouent aux jeux vidéo finissent par ne plus suffisamment travailler à l'école parce qu'ils ne font que jouer. Elle a notamment été présente sur la radio RTL à l'occasion de la Paris Games Week en 2022 afin de faire découvrir son métier.<sup>164</sup> Face à Céline Landreau et Pascal Praud, tous deux porteurs de préjugés concernant le monde du jeu vidéo, elle a dû défendre d'une part son métier, et de l'autre le jeu vidéo. Céline Landreau lui demande par exemple si être joueuse

---

164 « INVITÉE RTL - Paris Games Week : “Le jeu vidéo m'a permis de m'ouvrir au monde”, explique Kayane » [en ligne], [www.rtl.fr](https://www.rtl.fr), 2022, URL : <https://www.rtl.fr/programmes/rtl-midi/7900201549-invitee-rtl-paris-games-week-le-jeu-video-m-a-permis-de-m-ouvrir-au-monde-explique-kayane>, consulté le 3 octobre 2023.

professionnelle est un « vrai métier » et demande plus globalement à propos des jeux vidéo « ça rend pas idiot ? ». Kayane se défend en expliquant comment elle gagne de l'argent au travers du sponsoring et de son entreprise, et en expliquant que le jeu vidéo est un contenu culturel comme les autres et que l'essentiel est de faire preuve de modération. Pascal Praud lui demande ensuite si les jeux vidéo ne risquent pas d'empêcher les enfants de s'intéresser à d'autres activités culturelles (musée, lecture...), ce à quoi Kayane répond en disant que le jeu vidéo lui a permis de « s'ouvrir au monde ». Elle a pu faire des rencontres grâce aux compétitions et s'est découverte d'autres passions, comme le piano grâce à la musique Nobuo Uematsu, compositeur de la série de jeux de rôle japonais *Final Fantasy*, mais aussi la boxe thaïlandaise grâce aux arts martiaux pratiqués par les personnages. Elle explique que selon elle, le jeu vidéo peut permettre aux joueurs de découvrir d'autres intérêts, en donnant l'exemple d'*Assassins Creed* qui peut motiver certains joueurs à se passionner pour l'histoire. La défense du jeu vidéo et du e-sport est donc le deuxième combat que Kayane mène dans sa vie.

#### **IV.3.B) Kayane : une femme dans le e-sport professionnel**

Kayane n'a pas seulement été l'objet de discriminations à cause de son genre, mais aussi à cause de son âge. Contrairement aux compétitions sportives, il n'existe pas de catégories d'âge dans le e-sport.<sup>165</sup> Cela signifie que, lors de ses premières compétitions, Kayane a dû affronter des adolescents et des adultes alors qu'elle n'était encore qu'une enfant. Le premier moment où Marie-Laure fait face à la discrimination est lors de sa première participation au freeplay sur le jeu *Dead or Alive*, où les autres joueurs ne la prennent pas au sérieux :

Je ne comprenais pas du tout cette attention qui était d'un coup sur moi, car j'étais habituée à jouer des heures et des heures avec mes frères ou leurs amis, sans que cela semble étrange à qui que ce soit. Je n'avais aucune idée que ma jeunesse ou même mon sexe allaient changer la vision des autres et avoir un tel effet sur eux.<sup>166</sup>

La discrimination dont elle fait l'objet s'exprime au travers des termes employés par la foule pour la désigner : « gamine », « la môme », « une petite Asiatique », ou encore « mioche ». Même son adversaire est « dépité d'avoir perdu face à une fillette ». Tous ces termes mettent en avant à la fois son âge et/ou son genre. Pendant que son grand frère, Max, est à ses côtés, l'attitude de la foule reste contenue et relève de la « curiosité agressive ». Cependant, dès que son frère part voir le stand de *Tekken*, un autre jeu de combat, la foule l'attaque à coups d'insultes :

– « Putain, qu'est-ce qu'elle fout là cette naze ? Qu'elle retourne jouer à la poupée, putain de gamine !

---

165 La seule compétition de e-sport pour laquelle nous avons vu une catégorie d'âge est le Wii Bowling sénior, évoqué plus haut.

166 KAYANE, *Kayane : parcours d'une e-combattante* [en ligne], *op. cit.*, chapitre « Étincelle ».



- Non, mais de toute façon elle ne fait que tricher, il y a un truc dans la manette de la petite, faut vérifier !<sup>167</sup>
- Retourne jouer à la marelle, va ! »

Les insultes de la foule relèvent du sexisme et de l'âgisme. On lui dit de « jouer à la poupée » et « à la marelle », deux activités associées au jeu des petites filles. De plus, l'accusation de triche insinue qu'elle ne peut pas être compétente dans ce jeu. On remet en question ses capacités parce qu'elle est une fille qui joue aux jeux vidéo et parce qu'elle est une enfant. La violence est d'ailleurs aussi physique : « certains ne se gênaient pas pour venir me secouer l'épaule jusqu'à me faire chuter de la chaise, simplement pour me demander comment je m'appelais. D'où est-ce que je venais. Quelle était ma technique de triche. » Ces insultes viennent d'une foule exclusivement masculine mais aussi plus âgée, qu'elle décrit comme « des garçons qui avaient souvent deux fois mon âge ». Ce n'est qu'au retour de son frère que les autres joueurs cessent de l'attaquer. Cela indique que la seule chose qui pouvait la protéger dans cet univers, à l'époque, était la présence masculine de son frère. Malgré cette animosité ambiante, un garçon de 18 ans va reconnaître son talent, allant jusqu'à l'appeler « un prodige ». Ce joueur est plus fort qu'elle, mais va la laisser gagner parce qu'il aime voir les autres garçons frustrés de perdre face à une fillette. Bien qu'elle apprécie la reconnaissance de ce garçon, Marie-Laure se sentira gênée qu'il l'ait laissé gagner. Elle dit regretter de ne pas avoir pu rester en contact avec lui parce que cette rencontre a joué un rôle important dans son parcours :

Si ce regret persiste, ce n'est pas vraiment anodin, car tout avait changé pour moi. J'allais faire exactement ce qu'il m'avait dit de faire. Continuer à prouver aux autres que je méritais ma place, même si j'étais jeune, même si j'étais une fille. Et ceux qui verraient en cela une faiblesse s'en mordraient les doigts. Une heure avant son apparition, je m'étais dit que tout ça n'était peut-être pas pour moi et que je ne serais jamais acceptée par ce genre de communauté. Et ce qu'importe mon niveau et mon amour du jeu, qu'importe ma bonne volonté et mon envie de me faire des amis. Mais après l'avoir rencontré, je me disais que je trouverais peut-être d'autres gens comme lui sur mon chemin, qui m'accepteraient pour ce que j'étais.

Ce garçon lui a permis de comprendre qu'il existe des joueurs respectueux et sans préjugés qui l'accepteraient et reconnaîtraient son talent. Cela est particulièrement important puisque dans ce passage, elle exprime quelque chose que de nombreuses joueuses subissent, les comportements hostiles qui les poussent à s'éloigner des communautés de gaming. Cette rencontre lui permet de transformer ses sentiments négatifs « en rage de vaincre ».

Elle devra pourtant refaire face à la discrimination lors de sa première participation à un tournoi, en 2001, lors du championnat de France de *Dead or Alive*.<sup>168</sup> Dès le moment de l'inscription au championnat, elle doit faire face à ses premières difficultés. Les organisateurs ne la prennent pas au sérieux, et l'un d'eux ira même jusqu'à dire que cela permettra à un participant de faire « un tour

167 Chaque participant au *freeplay* amène sa propre manette pour jouer. On soupçonne que Marie-Laure ait trafiqué sa manette pour gagner.

168 KAYANE, *Kayane : parcours d'une e-combattante* [en ligne], *op. cit.*, chap. « Identité ».

gratuit ». Les participants et la foule vont eux aussi discriminer la jeune Marie-Laure. Lors d'un combat, un de ses adversaires va même déposer sa manette à terre au début du match pour lui laisser donner « les premiers coups ». Bien évidemment, elle le battra à plate couture et le jeune adolescent partira de son côté, honteux. Le comportement des autres participants la met en colère bien qu'elle conserve son calme extérieurement, une colère qu'elle va utiliser dans ses combats. Malgré l'étonnement du public au début du tournoi, elle finit par gagner leur reconnaissance. À son arrivée en finale, face à son adversaire qui finit d'ailleurs par gagner le titre de champion de France, son statut semble avoir changé : « quant à moi, j'étais contente d'être enfin considérée comme une joueuse, de voir dans le regard de mon adversaire que j'étais simplement pour lui quelqu'un d'autre à battre, que ma personne et mon âge n'étaient pas des paramètres qui l'intéressaient. Ce respect silencieux me suffisait : j'avais obtenu ce pour quoi j'étais venue. » Malgré sa défaite qui la déçoit, elle aura avec son titre de vice-championne de France réussi à se faire reconnaître comme une adversaire redoutable. L'anecdote concernant le lot qu'elle a gagné à la fin de la compétition témoigne des stéréotypes qui travaillent les organisateurs du tournoi. En tant que vice-championne, elle obtient un lot dans lequel « il y avait entre autres deux mangas érotiques hentai ». Cette anecdote traduit, selon elle, la vision du e-sport de l'époque qui n'envisageait pas qu'une fille puisse gagner un tournoi de jeux vidéo : « la finale d'un tournoi de jeux vidéo en 2001, ça serait forcément entre mecs, et une alternative ne leur avait jamais traversé l'esprit. »

En dehors des compétitions, Marie-Laure a aussi rencontré des difficultés à socialiser avec les autres en tant que joueuse. À l'école, elle tend à être une enfant isolée :

Puisque les filles ne comprenaient pas et que j'avais toujours grandi avec des garçons, j'ai tout de suite gravité vers eux pour trouver des copains plus compréhensifs. J'ai été un garçon manqué durant toute mon enfance. À vrai dire, les garçons ne m'acceptaient pas directement, mais j'étais dans tous les cas éloignée des filles. Je détestais le simple fait d'en être une, car par rapport aux compétitions, je me répétais que j'aurais eu la vie plus facile si j'avais été un garçon. Je n'aurais pas eu à mener un combat supplémentaire simplement parce que j'étais une fille.<sup>169</sup>

On comprend ici que Marie-Laure a rencontré des difficultés en lien avec son genre dans son enfance. Elle n'aimait pas être une fille car cela l'empêchait d'être pris au sérieux lors des compétitions, mais aussi parce que finalement, les personnes avec lesquelles elle pouvait partager sa passion du jeu vidéo étaient tous des garçons. Cela l'a obligé à porter un autre combat pour prouver qu'elle avait sa place dans le monde du e-sport. Jouer aux jeux de combat est sa passion, mais lutter pour être acceptée en tant que joueuse de haut niveau n'est pas son choix. C'est un fardeau qu'elle a dû porter depuis un très jeune âge. Comme elle ne pouvait pas facilement se faire des amis à l'école, elle s'est tournée vers des jeux en ligne. Cependant, cela a pu la mener à faire face à des joueurs

---

169 *Ibid.*, chap. « Enfance ».

sexistes, comme ce fut le cas sur le jeu de stratégie en ligne *StarCraft*. Un jour, une des personnes qu'elle a ajoutées en ami a découvert lors d'une discussion sur un tchat qu'elle était une fille de dix ans à l'époque, ce à quoi il a répondu avec une insulte obscène. Lorsque son frère Émilien a découvert ce qui lui était arrivé, il s'est énervé contre elle et lui a permis de continuer à jouer à condition de se faire passer pour un garçon de dix-sept ans. Elle a très mal vécu le fait de devoir cacher son identité aux autres joueurs et a perdu le plaisir qu'elle avait auparavant à jouer à ce jeu.

Lorsqu'elle est devenue adolescente, elle a également vu le regard que les hommes portaient sur elle changer.<sup>170</sup> Elle va alors devoir faire face à la sexualisation. Un post sur un forum autour du jeu vidéo *Soul Calibur*, un autre de ses jeux de combat favoris, va la représenter dans un photomontage pornographique. Ce qui l'a particulièrement choquée dans cet épisode est que les personnes qui avaient trouvé ce photomontage drôle étaient aussi des amis qu'elle connaissait depuis l'enfance. Elle explique également qu'elle a ensuite dû faire face à plusieurs reprises à ce type d'incident mais qu'elle les supporte mieux du fait de sa maturité. Au fur et à mesure qu'elle montera les échelons, elle parviendra à se faire de moins en moins attaquer.

Pour autant, elle a toujours eu un lien particulier avec la féminité. Comme elle l'explique dans son livre, elle a toujours choisi des personnages féminins dans les jeux de combat. Sur *Dead or Alive*, ses personnages préférés étaient Ayane et Kasumi. Le jeu proposait un mode permettant au joueur d'utiliser deux personnages en les alternant pendant les combats. Ce sont d'ailleurs ces deux personnages qui lui ont donné son pseudonyme, Kayane, qu'elle décrit comme sa « deuxième identité ».<sup>171</sup> Sur *Soul Calibur*, elle choisit le personnage de Xianghua puis de Viola et sur *Steet Fighter II*, elle joue avec Chun-Li. Elle décrit le rapport particulier qu'elle entretient avec les personnages dans son livre : « Quand je jouais Kasumi dans *Dead or Alive* et Xianghua dans *Soul Calibur*, je devenais le personnage. Je n'avais que sept ans à l'époque, et je m'identifiais énormément à elles, c'étaient mes modèles. »<sup>172</sup> Pourtant, comme nous l'avons vu avec Fanny Lignon, les personnages féminins dans les jeux de combat tendent souvent à être hypersexualisés. C'est aussi le cas des personnages avec lesquels elle joue. Kasumi porte par exemple une sorte de kimono bleu et blanc décolleté court, fendu sur les côtés à partir de la taille. Marion Coville mentionne d'ailleurs le jeu vidéo *Dead or Alive Xtreme Beach Volleyball*, un jeu voyeuriste dans lequel les personnages féminins du jeu de combat éponyme jouent au volley en maillots de bain sur une île. Coville s'intéresse elle plus particulièrement à la publicité du jeu qui met en avant le male

---

170 *Ibid.*, chap. « Adolescence ».

171 *Ibid.*, chap. « Identité ».

172 *Ibid.*, chap. « Enfance ».

gaze avec le slogan dit par une voix-off « *play with a friend, or play with yourself* ». <sup>173</sup> Il apparaît donc de manière évidente que les designs de ces personnages, en particulier à l'époque où Kayane a commencé à jouer, étaient travaillés par le male gaze. Sur son site web, Kayane explique qu'elle aime ces personnages parce qu'elles sont physiquement fortes et « bad ass ». <sup>174</sup> Cela peut nous rappeler le personnage de Bayonetta, qui est lui aussi hypersexualisé et puissant, et apprécié des joueuses. Ces personnages féminins peuvent ainsi incarner une forme de « *girl power* », défini par le dictionnaire Oxford comme un terme « utilisé en référence à une attitude d'indépendance, de confiance et d'*empowerment* chez les jeunes femmes ». <sup>175</sup> Élodie Chazalon nous donne des informations sur les origines de cette expression :

Clin d'oeil et hommage au Black Power des années 1960, le terme apparaît au début des années 1990 dans le fanzine *Girl Power* du groupe punk rock féministe *Bikini Kill*, affilié au mouvement musical *Riot Grrrl*. Rapidement récupéré par le féminisme « pop » affiché par les *girls bands* des années 1990, le *girl power* devient un phénomène international au travers duquel les adolescentes sont encouragées à prendre confiance en elles et à s'affirmer. Critiqué pour avoir sexualisé les jeunes filles, le *girl power* est au carrefour de plusieurs tendances sociales et approches féministes : le féminisme radical qui en est à l'origine, sa récupération commerciale par l'industrie du disque et les *girls bands* ou chanteuses des années 1990 (les *Spice Girls* et *Britney Spears*, notamment), et une esthétique faite de couleurs vives et empruntant à la rhétorique des superhéroïnes. Le terme est si prégnant et pérenne qu'il est associé à un « mouvement social et politique ». <sup>176</sup>

Si nous retirons les « couleurs vives », qui ne sont pas toujours présentes chez les héroïnes de jeux vidéo, nous pouvons retrouver l'esthétique de la superhéroïne et la tendance à la sexualisation. Ces personnages, d'abord créés pour le regard masculin, peuvent ainsi être réappropriés par les joueuses en regardant sous l'angle du « *girl power* ».

En tant que femme dans le milieu du jeu de compétition, Kayane détient trois titres au Guinness des records, qu'elle présente sur son site web, sur la page dédiée à son palmarès : « le titre de la première femme à avoir remporté un évènement professionnel de *Street Fighter* (septembre 2011), le plus grand nombre de podiums féminin dans le jeu vidéo *SoulCalibur* (août 2012 ; 47 podiums) et le plus grand nombre de podiums féminins de jeux de combat (février 2016 ; 57 podiums). » <sup>177</sup> Elle met ainsi en avant sa fierté d'avoir réussi à s'imposer sur la scène e-sportive, malgré les difficultés qu'elle a rencontrées en tant que femme. Notons également que sa manière de présenter son palmarès est très proche de ce qu'on voit chez les sportifs professionnels. Clarisse Agbégénou affiche d'ailleurs elle aussi son palmarès à la fin de son livre. <sup>178</sup>

---

173 Fanny LIGNON, *Genre et jeux vidéo, op. cit.*, p. 57.

174 « A Propos | Kayane » [en ligne], URL : <https://kayane.fr/a-propos/>, consulté le 8 septembre 2023.

175 article « *Girl power* » [en ligne], dans *Oxford Dictionaries (British & World English)*, Oxford University Press, 2023, URL : <https://premium.oxforddictionaries.com/definition/english/girl-power?q=girl+power>, consulté le 20 octobre 2023: « used in reference to an attitude of independence, confidence, and empowerment among young women. » Traduction personnelle en français.

176 Élodie CHAZALON, « Femmes et féminisme(s) en représentation(s) », *Revue française d'études américaines*, vol. 158, n° 1, Belin, 2019.

177 « Palmarès | Kayane » [en ligne], URL : <https://kayane.fr/palmares/>, consulté le 2 novembre 2023.

178 Clarisse AGBÉGNÉNOU, *Combattre pour être soi : Les conseils d'une championne* [en ligne], *op. cit.*, p. 157-158.

Kayane met également en avant ses sponsors et ses collaborations avec des marques lors de campagnes publicitaires. Elle mentionne par exemple dans son livre son choix d'accepter l'offre de sponsoring proposée par la marque de boissons énergétiques Red Bull :

Généralement, je choisis mes partenariats en fonction de ce qu'ils représentent. Cela m'a poussée à maintes reprises à refuser de belles sommes d'argent ou à quitter certaines organisations. Il faut avant tout que je me reconnaisse dans les valeurs mises en avant. Avec Red Bull, il s'agissait de repousser ses limites, de surmonter les épreuves et de travailler d'arrache-pied avec un certain perfectionnisme. Non seulement c'était une occasion en or qu'il aurait été difficile de refuser, mais j'étais heureuse et soulagée de savoir que même sans le prestige, j'aurais quand même été intéressée par leur projet.<sup>179</sup>

Le lien avec sa personnalité et ses valeurs est donc important dans les partenariats qu'elle accepte. Red Bull lui correspond parce que cette marque met en avant des valeurs qui s'associent à sa persona de combattante et à son statut de joueuse compétitive. Notons d'ailleurs que ces valeurs auraient tout à fait pu s'appliquer à la compétition sportive. Kayane a également collaboré avec des marques de vêtements, comme ce fut le cas avec Yves Saint-Laurent, lors de leur campagne en 2022 pour la fête des mères intitulée *You made me* :

Le but de cette campagne de promotion était de montrer à quel point l'entourage est important pour forger des personnalités fortes et Kayane s'est prêté au jeu avec plaisir. Pendant ce shooting photo, Kayane a pris la pose devant une borne d'arcade et il s'en dégage une image forte, pleine de confiance. Déterminé et audacieux, voilà ce qui résume parfaitement la personnalité de Kayane lors de ses affrontements dans les jeux de combat.<sup>180</sup>

Kayane s'aligne ici avec l'objectif de la campagne. Ses deux grands frères ont joué un rôle important dans sa découverte des jeux de combat et de la compétition. Cette campagne correspond également à sa persona de e-combattante puisqu'elle met en avant des « personnalités fortes ». Cela lui permet ainsi de mêler goût pour la mode féminine et jeux de combat. Elle appartient donc au groupe des joueuses qui choisissent d'être féminines, que ce soit par le choix de ses avatars, tous féminins, par ses choix vestimentaires, ou encore en s'associant à des marques qui ciblent les femmes. Dans son cas, la performance de la féminité semble authentique. Il ne s'agit pas de jouer un rôle, mais simplement d'être ce qu'elle est et d'assumer ses goûts. Sur ses différents réseaux sociaux, elle partage des informations concernant les compétitions et les jeux de combat. Elle a récemment montré des images du nouveau *Street Fighter VI* sorti en 2023, en partenariat avec Capcom. Elle a également, comme de nombreux joueurs professionnels, une chaîne Twitch sur laquelle on peut la voir s'entraîner dans des jeux de combat, mais aussi jouer à des jeux de rôle japonais, un autre genre qu'elle affectionne. Pour son nom, qui est aussi celui de son entreprise, elle a choisi une graphie qui rappelle celle des titres de jeux de combat comme *Street Fighter* ou *SoulCalibur*. Il est accompagné d'un loup en train de hurler avec des ailes de feu. C'est une image

---

179 KAYANE, *Kayane : parcours d'une e-combattante* [en ligne], op. cit., chap. « Ascension ».

180 « Collaborations | Kayane » [en ligne], URL : <https://kayane.fr/collaborations/>, consulté le 8 septembre 2023.

impactante, puisqu'elle rappelle le hurlement des loups lorsqu'ils partent à la chasse en meute. Cela lui permet de davantage s'ancrer dans une persona de combattante dans le domaine du jeu vidéo.

Au travers de la comparaison de ces deux profils, nous avons donc pu voir que comme dans le milieu du sport de combat, le jeu de combat expose les femmes à de nombreux préjugés. Malgré les différences entre les deux milieux, chacune de ces femmes construit une persona de combattante. Clarisse a pu rentrer dans le monde du judo grâce au soutien de sa famille et a pu ainsi grimper les échelons jusqu'à arriver là où elle est aujourd'hui. Son nouveau statut lui permet maintenant de jouer un rôle de modèle pour les femmes, les encourageant à ne pas se laisser dicter ce qu'elles doivent faire par les stéréotypes, et à simplement suivre leurs passions. Elle libère également la parole sur des sujets jugés tabous. Kayane, de son côté, met en avant ses compétences et sa passion pour le jeu vidéo. Son talent précoce ainsi que le fait qu'elle est une femme l'a obligée à devoir lutter pour montrer qu'elle avait sa place dans des compétitions où elle a longtemps été la seule joueuse. Aujourd'hui, elle semble avoir réussi à s'épanouir et à dépasser les difficultés qu'elle a connues en tant que joueuse professionnelle.

## Conclusion

Dans ce mémoire, nous avons cherché à comprendre l'impact de la construction sociale des joueuses sur leur représentation sociale. La première partie théorique nous a permis de comprendre l'origine des préjugés concernant les joueuses, et de la construction du stéréotype de la gamer girl, qui peut être une fausse joueuse cherchant à attirer l'attention des hommes, ou une joueuse peu performante.

Notre première hypothèse était que l'industrie du jeu vidéo jouait un rôle dans la construction de préjugés sur les joueuses dans leur communication publicitaire. Nous avons pu voir que les industries ont évolué et pris conscience de l'importance de représenter des joueurs divers afin d'être plus inclusif. Cela les a poussées à représenter des joueuses dans les publicités. De réelles avancées semblent avoir eu lieu du côté des jeux considérés comme masculins, comme nous avons pu le voir avec l'exemple de *The Legend of Zelda : Skyward Sword*. Les femmes ne sont plus des personnages passifs devant être sauvées, mais des joueuses actives capables de devenir Link, l'espace d'une séance de jeu. D'une association à Zelda, personnage de demoiselle en détresse, nous sommes donc passés à un rapprochement avec la figure de Link, le héros. En revanche, les stéréotypes des jeux appartenant à des genres encore très associés aux filles, semblent ne pas avoir tout à fait disparu. Les publicités du jeu *Animal Crossing*, surtout lors de la sortie de l'opus *New World* sur Nintendo DS, indiquent la prégnance de ces stéréotypes. Cependant, Nintendo semble avoir compris que, pour promouvoir l'inclusivité, il fallait aussi montrer des joueurs jouant à ce type de jeux. Sans cela, on ne peut que renforcer les stéréotypes et l'exclusion des joueuses. Plus récemment, un nouveau jeu sur le thème de la mode est sorti sur Nintendo Switch. Ce jeu qui s'intitule, *Fashion Dreamer*, permet au joueur de devenir un influenceur et d'habiller ses propres avatars et les personnages du jeu. D'après les vidéos postées par Nintendo sur Youtube, il est possible de créer des personnages féminins ou masculins. Cela signifie-t-il pour autant que ce jeu cible aussi les hommes ? Cela reste difficile à déterminer, étant donné qu'un même joueur peut créer plusieurs avatars féminins et masculins. De plus, les vidéos tendent à mettre davantage en avant les avatars féminins, créant ainsi une alliance entre mode et femmes. Pour autant, la possibilité d'habiller des personnages masculins semble indiquer une volonté de Nintendo de ne pas limiter la cible du jeu aux femmes. Le choix de parler d'influenceur plutôt que de styliste par exemple, permet aussi d'éveiller l'intérêt des jeunes générations.<sup>181</sup> Toujours est-il qu'il semble que les biais sexistes, associant certains types de jeux

---

<sup>181</sup> Voir à ce sujet l'article suivant : Amandine JONNIAUX, « Malgré les arnaques, la moitié des jeunes veut devenir influenceurs » [en ligne], *Journal du Geek*, 2023, URL : <https://www.journaldugeek.com/2023/06/16/malgre-les-arnaques-la-moitie-des-jeunes-veut-devenir-influenceurs/>, consulté le 7 novembre 2023.



aux femmes existent encore. Sans doute que cette étude des publicités pourrait bénéficier de l'ajout de publicités pour des jeux produits en Europe et en Amérique du Nord, afin de voir si notre hypothèse se vérifie lorsqu'on choisit des jeux issus créés dans d'autres zones géographiques.

Notre seconde hypothèse était que les streameuses souffrent également des stéréotypes et que cela affecte leur représentation de soi. Cette hypothèse semble validée, puisque nous avons vu avec Maghla comment les attaques qu'elle subissait l'ont menée à adopter des comportements d'évitement pour se protéger. Même si elle a aujourd'hui décidé de ne plus se laisser influencer, nous ne pouvons qu'admettre que le simple fait qu'elle dénonce le sexisme et porte un message d'inclusivité est directement lié à ces stéréotypes. Au final, que les joueuses choisissent des comportements d'évitement ou au contraire de s'engager, ce choix est toujours lié au fait que les stéréotypes les affectent. Sans ces derniers, elles n'auraient pas besoin de se défendre en permanence. Cruelladk a également été menée à dénoncer le sexisme sur les réseaux et dans les jeux en ligne à la suite d'attaques et de menaces qu'elle a reçues en ligne. Nous pouvons voir dans la mise en avant de ses compétences et de son appartenance à la guilde Method une manière de s'affirmer en tant que joueuse de haut niveau, mais aussi de montrer qu'une femme peut être compétente dans les jeux vidéo.

Notre dernière hypothèse était que les joueuses professionnelles subissent également le sexisme lié aux stéréotypes de la gamer girl, et que leur situation se rapprochait d'une certaine façon des problèmes connus par les sportives dans le milieu du sport. Nos études ont montré d'une part un lien avec le milieu du sport, au travers d'une vision naturaliste du genre, mais aussi l'héritage de problèmes de genre plus spécifiques aux jeux vidéo. Les compétitions de e-sport sont encore très récentes en comparaison avec les compétitions sportives, ce qui pourrait expliquer que les inégalités se ressentent davantage dans ce milieu. Le monde du e-sport apparaît sans doute comme le lieu où les inégalités entre hommes et femmes dans le milieu du gaming sont les plus visibles. Par la simple absence des femmes, s'exprime les inégalités structurelles créées par une culture encore trop sexiste, malgré des améliorations.

Notre étude reste cependant incomplète. Pour mieux visualiser la représentation des joueuses, il aurait sans doute été important aux questions d'intersectionnalité.<sup>182</sup> Nous avons vu avec Connell que le genre interagissait avec d'autres éléments, comme la classe et l'ethnie. Emmanuelle Hess remarquait déjà un manque de représentation des minorités ethniques et sexuelles parmi les personnages de jeux vidéo américains et japonais :

---

182 Pour en savoir plus sur la question de l'intersectionnalité, voir : Éléonore LÉPINARD, Marylène LIEBER, « VI. Vers une théorie intersectionnelle du genre » [en ligne], dans , Paris, La Découverte, coll. « Repères », 2020, URL : <https://www.cairn.info/les-theories-en-etudes-de-genre--9782348059162-p-97.htm>, consulté le 9 novembre 2023.

Alors qu'aux États-Unis, des personnages différents, hors de la norme, instaurée commencent à surgir sur la scène des jeux vidéo tels que le personnage homosexuel et féminin d'Ellie dans *The Last of Us* (Naughty Dog) ou encore Lee, un noir américain dans *The Walking Dead* (TellTale Games), les représentations de minorités sexuelles et ethniques restent cependant rares dans le paysage américain. Toutefois, l'on peut reconnaître que le studio américain a pris un grand risque en révélant dès son lancement à l'E3 (2018), un baiser lesbien entre Dina et Ellie dans la bande-annonce de *The Last of Us 2*. Le risque de mettre en avant une romance LGBTQ+ ne manque pas de faire réagir négativement les joueuses et joueurs conservateurs. (Drakyng). Au Japon, la norme rejette les personnages de couleur ou les stigmatise avec, par exemple, le cas de Sheva Alomar et une tenue optionnelle ethnique et sexy dans *Resident Evil 5* (CapCom), ou avec des personnages secondaires et stéréotypés comiques comme Barrett dans *Final Fantasy 7* ou encore Sazh dans *Final Fantasy 13* (Square Enix). Les ethnies qui ne sont pas catégorisées comme « blanches » ou « occidentales » ou les sexualités autres qu'hétéronormatives sont donc celles qui brisent la norme dans le secteur du jeu vidéo.<sup>183</sup>

On voit donc déjà avec cette citation comment des personnages féminins appartenant à des minorités ethniques sont stéréotypés avec l'exemple de Sheva Alomar. Un article du *Monde* a par ailleurs soulevé le problème de la représentation des cheveux des personnages noirs, qui sont très rarement crépus, et des stéréotypes qui leur sont liés dans l'univers digital.<sup>184</sup> Ce problème de visibilité se retrouve également du côté du e-sport où les joueurs professionnels restent majoritairement des hommes blancs, sauf dans le domaine du jeu de combat qui se montre plus inclusif, comme l'explique Taylor :

*While the FPS and RTS genres seem to largely uphold the stereotype of the white male gamer within Europe and North America, the fighting game community has supported a more racially and ethnically diverse set of players (albeit still mostly males). Some of the top player are Asian and Asian American and you can find other players of color in highly ranked position.*<sup>185</sup>

C'est sans doute pour cette raison que Kayane, qui a des origines asiatiques, ne parle à aucun moment d'une quelconque discrimination liée à ses origines. Elle parle d'ailleurs aussi d'un de ses amis qu'elle a rencontrés lors d'un tournoi, Keev, un joueur de haut niveau noir.<sup>186</sup> Comme le souligne aussi Taylor, les compétitions restent malgré tout principalement masculines.

Un autre problème aurait sans doute mérité notre attention. Nous avons évoqué auparavant les personnages de Belle Delphine et d'Alinity, qui reprennent volontairement des stéréotypes de la gamer girl. Un autre mouvement sur les réseaux sociaux, apparu en 2020, s'inscrit lui aussi dans cette problématique : il s'agit des e-girls (« electronic girl », en français, fille électronique.) Comme

---

183 Emmanuelle HESS, « Les nouvelles représentations des minorités dans les Jeux vidéos : enjeux et significations » [en ligne], *ALTERNATIVE FRANCOPHONE*, *op. cit.*

184 Par François OULAC, « Dans le jeu vidéo, le design des personnages noirs est un enjeu de justice sociale » [en ligne], *La Matinale du Monde*, 2020, URL : [https://nouveau-europresse-com.accesdistant.sorbonne-universite.fr/Link/mnhnT\\_20211/news-20200711-LMT-6045904](https://nouveau-europresse-com.accesdistant.sorbonne-universite.fr/Link/mnhnT_20211/news-20200711-LMT-6045904).

185 T. L. TAYLOR, *Raising the Stakes: E-Sports and the Professionalization of Computer Gaming*, *op. cit.*, p. 131: « Alors que les genres du FPS et du RTS semblent largement confirmer le stéréotype du joueur masculin blanc en Europe et en Amérique du Nord, la communauté des jeux de combat a encouragé une plus grande diversité raciale et ethnique parmi les joueurs ( bien que ce soit encore essentiellement des hommes). Certains des meilleurs joueurs sont asiatiques et américano-asiatiques, et vous pouvez trouver d'autres joueurs de couleur dans le haut du classement. » Traduction personnelle en français.

186 KAYANE, *Kayane : parcours d'une e-combattante* [en ligne], *op. cit.*, chap. « Adolescence ».

l'explique Cecilia D'Anastasio, sur le journal Kotaku, « e-girl » est d'abord un terme péjoratif qui a été utilisé pour désigner des joueuses qui veulent attirer l'attention des joueurs hommes.<sup>187</sup> En d'autres termes, il s'agit d'un synonyme de « fake gamer girl ». Selon D'Anastasio, ce terme sexiste a donc été réapproprié par des jeunes adolescentes sur TikTok. Ce mouvement n'est pas directement lié au monde du jeu vidéo, puisqu'il s'agit davantage d'une esthétique. Cette dernière comporte également une forme de sexualisation. Certaines streameuses, auparavant, avaient volontairement repris l'appellation de « e-girl » à des fins marketing, comme Zoie Burgher, une ancienne streameuse de jeux vidéo bannie de Twitch à cause de son contenu, considéré comme trop explicite. D'Anastasio souligne que ces deux formes de e-girls sont différentes. En effet, la e-girl de TikTok est plutôt représentatif du nouvel état d'esprit de la Génération Z concernant les réseaux sociaux :

*Today, when "online" has nearly subsumed "offline" for younger generations, the "e" in egirl is more a nod to the portion of one's identity that exists purely in cyberspace. This fixation on social media isn't new to Gen Z, but their hyper-awareness of their online personae might be.*<sup>188</sup>

Si cette esthétique s'arrête à cela, elle n'aurait pas nécessairement un impact sur les joueuses. Cependant, d'autres articles ont également révélé qu'il était possible de payer pour jouer avec une « e-girl » sur le site web [egirl.gg](https://egirl.gg), renommé [epal](https://epal.gg). Ce site a pour objectif de permettre à des joueurs de jouer avec un/une e-pal (même si, dans les faits, il y a une majorité de femmes sur le site). Comme le souligne Marine Protais,<sup>189</sup> les services proposés par ce site reprennent de nombreuses caractéristiques qui rappellent une « agence d'escorts 2.0 ». Il est possible de payer des e-pal pour jouer, mais aussi pour discuter, regarder un film ensemble ou encore montrer des cosplays... etc. Bien que ce site soit censé interdire les contenus pornographiques, Protais raconte que certaines femmes présentes sur la plateforme se sont vu demander des photos dénudées. En nous rendant sur le site [epal.gg](https://epal.gg), nous avons pu remarquer que les epals utilisaient des esthétiques différentes : certaines se présentent de manière naturelle, d'autres semblent réutiliser le style des e-girls sur TikTok, et beaucoup d'entre elles se sexualisent dans leurs photos de profil. Ana Valens, qui s'est intéressée au site, a également remarqué une tendance à jouer la carte de la petite amie du gamer pour attirer des joueurs.<sup>190</sup>

---

187 « Young Women Are Reclaiming The Slur 'Egirl' » [en ligne], *Kotaku*, 2019, URL : <https://kotaku.com/young-women-are-reclaiming-the-word-egirl-1836738879>, consulté le 8 octobre 2023.

188 *Ibid.*: "Aujourd'hui, alors que le mot " online " a presque supplanté le mot " offline " pour les jeunes générations, le " e « de e-girl est davantage un clin d'œil à la partie de notre identité qui n'existe que dans le cyberspace. Cette focalisation sur les réseaux sociaux n'est pas nouvelle pour la génération Z, mais l'hyperconscience qu'elle a de sa persona en ligne pourrait l'être. » Traduction personnelle en français.

189 Marine PROT AIS, « Louer une e-girl : le nouveau passe-temps de certains streamers » [en ligne], *L'ADN*, 2023, URL : <https://www.ladn.eu/media-mutants/e-pal-la-plateforme-qui-loue-des-e-girls-contre-quelques-dollars/>, consulté le 9 novembre 2023.

190 Ana VALENS, « Screw Journalism! This Site Will Pay Me To Be a "Valorant" Egirl. » [en ligne], 2023, URL : <https://www.themarysue.com/what-is-e-pal-the-popular-valorant-service/>, consulté le 7 novembre 2023.

La relation entre le joueur et la e-girl reste économique. En un certain sens, nous pourrions les rapprocher des bars à hôtesse au Japon, où la clientèle peut manger et boire tout en discutant avec de belles jeunes femmes. Le risque lié à ce service est double. Le premier, comme le montre Protais, est le risque de harcèlement pour les joueuses qui acceptent de vendre leurs services. Le second risque posé par cette plateforme est que cela pourrait renforcer les stéréotypes sur les joueuses. C'est un service qui propose à des joueuses d'être payée pour jouer le rôle de la petite amie du gamer. En cela, le risque que cela exacerbe les problèmes déjà présents est élevé. Ces phénomènes de réappropriation des codes de la gamer girl, que ce soit simplement par choix esthétique ou pour des raisons monétaires pose donc question, et conviendrait d'être davantage étudié en détail.

Pourtant, vouloir faire peser toute la responsabilité de cette situation sur ces femmes serait sans doute une erreur. Ces femmes ne font que répondre à une demande de la part d'une partie des joueurs pour ce type de contenu. Sans cela, elles ne pourraient pas réussir à avoir autant de succès. Taylor exprime une idée similaire à propos des joueuses professionnelles qui mettent en place une performance de la féminité dans un objectif marketing :

*The ability to use women's gender and sexuality in this way is only possible because of the deeply sexist ground upon which gaming and esports is built. [...] Those who are frustrated by women-only competitions or the way hybridized geek femininity is used for advertising and hype purposes within gaming need to take a step back and turn their critical attention to the underlying system of misogyny that makes these things possible. Far too often they are targeting the wrong culprits, the women themselves.<sup>191</sup>*

Pour promouvoir une meilleure représentation des joueuses, il convient donc d'abord de travailler sur le problème des attaques contre les joueurs débutants. Comme nous l'avons vu avec Taylor, certains joueurs utilisent le fait d'être issu d'une minorité comme un moyen de moquer les joueurs débutants. Il paraît donc essentiel de commencer par promouvoir une culture plus bienveillante et inclusive à l'égard des joueurs débutants. Cela peut par exemple par la mise en place de règles plus strictes dans les jeux en ligne en créant des mesures concrètes pour condamner toute forme de discrimination. Cela permettra à un plus grand nombre de femmes de s'entraîner en entrant plus facilement dans la communauté gaming, et de les encourager, lorsqu'elles le veulent, à devenir des joueuses professionnelles et à s'intéresser davantage au métier du jeu vidéo. Les plateformes doivent également se montrer plus sévères à l'égard de ses usagers concernant les questions de discrimination. La promotion de personnages féminins plus divers, que ce soit dans leur

---

191 T. L. TAYLOR, *Raising the Stakes: E-Sports and the Professionalization of Computer Gaming*, op. cit., p. 127: « La capacité à utiliser le genre et la sexualité des femmes de cette manière n'est possible qu'en raison du terrain profondément sexiste sur lequel les jeux vidéo et le sport sont construits. [...] Ceux qui sont frustrés par les compétitions réservées aux femmes ou par la façon dont la féminité geek hybride est utilisée à des fins de publicité et de buzz dans le jeu vidéo ont besoin de prendre du recul et de porter leur attention critique sur le système sous-jacent de misogynie qui rend ces choses possibles. Bien trop souvent, ils ciblent les mauvais coupables, les femmes elles-mêmes. » Traduction personnelle en français.

personnalité ou leur apparence, apparaît également comme une solution pour donner des images de femmes s'éloignant des stéréotypes. L'industrie doit également davantage travailler à une ouverture des genres de jeux vidéo qui ont été associés aux filles, comme les jeux de mode, afin de permettre aux hommes qui le souhaitent de plus facilement y jouer, sans craindre d'être critiqué pour cela. Toutes ces actions pourraient permettre de gagner en reconnaissance sociale en rendant la communauté plus inclusive.

# Bibliographie

## Bibliographie primaire

### Publicités de jeux vidéo

- « Animal crossing : Episode 1 | INA » [en ligne], *ina.fr*, URL : <https://www.ina.fr/ina-eclair-actu/publicite/pub2779369113/animal-crossing-episode-1>, consulté le 29 juin 2023.
- « Animal crossing : Episode 2 | INA » [en ligne], *ina.fr*, URL : <https://www.ina.fr/ina-eclair-actu/publicite/pub2779369114/animal-crossing-episode-2>, consulté le 29 juin 2023.
- « Animal crossing : Maman Version 30 secondes | INA » [en ligne], *ina.fr*, URL : <https://www.ina.fr/ina-eclair-actu/publicite/pub3103749091/animal-crossing-maman-version-30-secondes>, consulté le 29 juin 2023.
- « Animal Crossing : New Horizons - PUB TV FR version2 [eShop] », [en ligne], 2020., URL : [https://www.youtube.com/watch?v=0enb6\\_LXWjM](https://www.youtube.com/watch?v=0enb6_LXWjM), consulté le 20 février 2023.
- « Animal crossing : Plage | INA » [en ligne], *ina.fr*, URL : <https://www.ina.fr/ina-eclair-actu/publicite/pub3103749092/animal-crossing-plage>, consulté le 29 juin 2023.
- « Animal Crossing » : un an et trois confinements plus tard, retour sur notre île virtuelle » [en ligne], *Le Monde.fr*, 2021, URL : [https://www.lemonde.fr/pixels/article/2021/04/27/jeu-video-un-an-et-trois-confinements-plus-tard-retour-sur-l-ile-d-animal-crossing\\_6078232\\_4408996.html](https://www.lemonde.fr/pixels/article/2021/04/27/jeu-video-un-an-et-trois-confinements-plus-tard-retour-sur-l-ile-d-animal-crossing_6078232_4408996.html), consulté le 29 septembre 2023.
- « Animal Crossing attire beaucoup de joueurs ayant entre 20 et 30 ans » [en ligne], *Jeuxvideo.com*, le 7 septembre 2020, URL : <https://www.jeuxvideo.com/news/1283343/animal-crossing-des-joueurs-entre-20-et-30-ans.htm>, consulté le 9 mai 2023.
- « Animal crossing campagne 1 | INA » [en ligne], *ina.fr*, URL : <https://www.ina.fr/ina-eclair-actu/publicite/pub3103747163/animal-crossing-campagne-1>, consulté le 29 juin 2023.
- « Animal Crossing New Horizons Nintendo Switch “imaginez un monde qui ne ressemble qu’à vous” Pub 30s », [en ligne], 2020., URL : <https://www.youtube.com/watch?v=YzIPvNPMjV0>, consulté le 2 octobre 2023.
- « Animal Crossing New Horizons Nintendo Switch “le déménagement” Pub 30s », [en ligne], 2021., URL : <https://www.youtube.com/watch?v=Zhw76gMr6zI>, consulté le 21 février 2023.

« Animal Crossing New Horizons Nintendo Switch « à quoi ressemble votre animal Crossing ? » Pub 30s », [en ligne], 2021., URL : <https://www.youtube.com/watch?v=fSfxlHfi8VI>, consulté le 2 mars 2023.

« Animal Crossing: New Horizons - L' aventure en mode relax ! (Nintendo Switch) », [en ligne], 2020., URL : [https://www.youtube.com/watch?v=\\_HKwzEC1-RI](https://www.youtube.com/watch?v=_HKwzEC1-RI), consulté le 1 mars 2023.

« Comment « Animal Crossing » est devenu une licence phare de Nintendo » [en ligne], *Le Monde.fr*, 2017, URL : [https://www.lemonde.fr/pixels/article/2017/10/28/comment-animal-crossing-est-devenu-une-licence-phare-de-nintendo\\_5207207\\_4408996.html](https://www.lemonde.fr/pixels/article/2017/10/28/comment-animal-crossing-est-devenu-une-licence-phare-de-nintendo_5207207_4408996.html), consulté le 9 mai 2023.

« Publicité Nintendo Switch Animal Crossing New Horizons (version longue) », [en ligne], 2021., URL : <https://www.youtube.com/watch?v=jOMfmHRpXl8>, consulté le 2 octobre 2023.

« The Legend of Zelda: Skyward Sword HD - Au cœur de l' aventure (Nintendo Switch) », [en ligne], 2021., URL : <https://www.youtube.com/watch?v=FKC4d-QSIUM>, consulté le 20 février 2023.

« The Legend of Zelda: Skyward Sword HD - Romance of the Fates Trailer - Nintendo Switch », [en ligne], 2021., URL : <https://www.youtube.com/watch?v=0PXDz25FWMM>, consulté le 26 septembre 2023.

« Une île Lush dans le jeu Animal Crossing : New Horizons<sup>TM</sup> - We Are Lush — France » [en ligne], URL : <https://weare.lush.com/fr/press-releases/une-ile-lush-dans-le-jeu-animal-crossing-new-horizons/>, consulté le 29 septembre 2023.

« Zelda the Windwakers version 55 secondes | INA » [en ligne], *ina.fr*, URL : <https://www.ina.fr/ina-eclair-actu/publicite/pub2399078131/zelda-the-windwakers-version-55-secondes>, consulté le 28 juin 2023.

« Zelda ware game boy player | INA » [en ligne], *ina.fr*, URL : <https://www.ina.fr/ina-eclair-actu/publicite/pub2416478061/zelda-ware-game-boy-player>, consulté le 28 juin 2023.

DUMONTEIL, Pauline, « Deux grandes marques publient une collection de vêtements dans Animal Crossing » [en ligne], *BFMTV*, URL : [https://www.bfmtv.com/tech/culture-web/deux-grandes-marques-publient-une-collection-de-vetements-dans-animal-crossing\\_AN-202005050128.html](https://www.bfmtv.com/tech/culture-web/deux-grandes-marques-publient-une-collection-de-vetements-dans-animal-crossing_AN-202005050128.html), consulté le 29 septembre 2023.

RENAULT, Sophie, « Marques de vêtements, bijoux, cosmétiques... Mais que font-elles toutes sur « Animal Crossing » ? » [en ligne], *Les Echos Start*, le 5 décembre 2022, URL : <https://start.lesechos.fr/societe/culture-tendances/marques-de-vetements-bijoux-cosmetiques-mais-que-font-elles-toutes-sur-animal-crossing-1885781>, consulté le 29 septembre 2023.



## Streameuses de jeux vidéo

« 87-Year-Old Grandma Shows Her 3500+ Hour Animal Crossing Town », [en ligne], 2019., URL : <https://www.youtube.com/watch?v=Uwimf72h5qA>, consulté le 7 novembre 2023.

« 89-Year-Old Grandma's History With Video Games », [en ligne], 2021., URL : <https://www.youtube.com/watch?v=FFAkq9rCKqg>, consulté le 15 octobre 2023.

« À propos du contenu explicite deepfake » [en ligne], URL : <https://safety.twitch.tv/s/article/Addressing-Explicit-Deepfake-Content?language=fr>, consulté le 5 octobre 2023.

« About Us - Team Liquid - Professional Esports Organization » [en ligne], URL : <https://www.teamliquid.com/about>, consulté le 12 octobre 2023.

« Cruella : Infos & Actualités de la streameuse WoW | ActuStream » [en ligne], URL : <https://actustream.fr/streamers/cruella>, consulté le 4 juin 2023.

« Cruelladk - Personnage - WoW » [en ligne], *World of Warcraft*, URL : <https://worldofwarcraft.blizzard.com/fr-fr/character/eu/twisting-nether/cruelladk>, consulté le 12 octobre 2023.

« L'enfer du Deepfake porn : Twitch réagit enfin | ActuStream » [en ligne], URL : <https://actustream.fr/articles/enfer-deepfake-porn-twitch>, consulté le 5 octobre 2023.

« Le nouveau bot PDP pour lutter contre la haine sur Twitch | ActuStream » [en ligne], URL : <https://actustream.fr/articles/Bot-PDP-streamers-twitch>, consulté le 5 octobre 2023.

« Maghla : Infos & Actualités de la streameuse | ActuStream » [en ligne], URL : <https://actustream.fr/streamers/maghla>, consulté le 4 juin 2023.

« Marcel et Monique, champions de Wii Bowling à plus de 70 ans, prouvent qu'il n'y a pas d'âge pour aimer les jeux vidéo » [en ligne], *Le HuffPost*, le 4 novembre 2022, URL : [https://www.huffingtonpost.fr/life/article/paris-games-week-marcel-et-monique-champions-de-wii-bowling-a-plus-de-70-ans-ont-ravi-les-internautes\\_209808.html](https://www.huffingtonpost.fr/life/article/paris-games-week-marcel-et-monique-champions-de-wii-bowling-a-plus-de-70-ans-ont-ravi-les-internautes_209808.html), consulté le 15 octobre 2023.

« Nintendo Switch Sports — Golfing With Gramps — Nintendo Switch », [en ligne], 2022., URL : <https://www.youtube.com/watch?v=x1G5Klc40EA>, consulté le 15 octobre 2023.

« Place de la Paix » [en ligne], URL : <https://www.placedelapaix.fr/>, consulté le 5 octobre 2023.

« 皆様にお知らせしたいことがあります I have some big news! », [en ligne], 2020., URL : <https://www.youtube.com/watch?v=Tpqj47mMIY0>, consulté le 15 octobre 2023.

BISHOP, Katie, « Who is paying \$30 for “gamer girl” Belle Delphine’s bath water? » [en ligne], *The Guardian*sect. Life and style, 2019, URL :

<https://www.theguardian.com/technology/2019/jul/12/belle-delphine-gamer-girl-instagram-selling-bath-wate>, consulté le 4 octobre 2023.

BUJKO, Juliette, « Maghla devient égérie d'Yves Saint Laurent » [en ligne], 2022, URL : <https://intrld.com/maghla-devient-egerie-dyves-saint-laurent/>, consulté le 5 octobre 2023.

CHAGNON, Luc, MBEMBE, Louis, « Modération inefficace, justice “aux fraises” : sur Twitch, les streameuses désarmées face au sexisme » [en ligne], *BFMTV*, URL : [https://www.bfmtv.com/tech/gaming/moderation-inefficace-justice-aux-fraises-sur-twitch-les-streameuses-desarmees-face-au-sexisme\\_AN-202211010036.html](https://www.bfmtv.com/tech/gaming/moderation-inefficace-justice-aux-fraises-sur-twitch-les-streameuses-desarmees-face-au-sexisme_AN-202211010036.html), consulté le 4 octobre 2023.

CHAGOT, Guillaume, « Animal Crossing : une joueuse de 87 ans dévoile sa ville après 3500 heures de jeu » [en ligne], le 14 janvier 2019, URL : [https://hitek.fr/42/animal-crossing-joueuse-87-ans-devoile-ville-3500-heures\\_6384](https://hitek.fr/42/animal-crossing-joueuse-87-ans-devoile-ville-3500-heures_6384), consulté le 7 novembre 2023.

CHOLEZ, Etienne, « Harcèlement sexuel, insultes, menaces de mort... La streameuse Maghla livre son quotidien sur les réseaux sociaux » [en ligne], *Franceinfo*, le 26 octobre 2022, URL : [https://www.francetvinfo.fr/internet/reseaux-sociaux/twitter/harcement-sexuel-insultes-menaces-de-mort-la-streameuse-maghla-livre-son-quotidien-sur-les-reseaux-sociaux\\_5440531.html](https://www.francetvinfo.fr/internet/reseaux-sociaux/twitter/harcement-sexuel-insultes-menaces-de-mort-la-streameuse-maghla-livre-son-quotidien-sur-les-reseaux-sociaux_5440531.html), consulté le 5 octobre 2023.

Cruelladk - Twitch, [en ligne], URL : <https://www.twitch.tv/cruelladk?lang=fr>, consulté le 19 janvier 2023.

DICKSON, Ej, « Is Belle Delphine, a.k.a. Bathwater Gamer Girl, the Greatest Troll On the Internet? » [en ligne], 2019, URL : <https://www.rollingstone.com/culture/culture-features/belle-delphine-bathwater-gamer-girl-troll-857192/>, consulté le 4 octobre 2023.

ELSENER, Tiphaine, « The Elder Scrolls VI : la mamie Skyrim fait pression sur Bethesda pour jouer avant sa mort » [en ligne], le 17 juin 2022, URL : [https://hitek.fr/actualite/the-elder-scrolls-6-mamie-skyrim-veu-tjouer-avant-mourir\\_35798](https://hitek.fr/actualite/the-elder-scrolls-6-mamie-skyrim-veu-tjouer-avant-mourir_35798), consulté le 31 octobre 2023.

FERRARI, Pauline, « #MeToo du stream... Les streameuses témoignent des cyberviolences subies » [en ligne], *www.20minutes.fr*, le 2 novembre 2022, URL : <https://www.20minutes.fr/by-the-web/4007968-20221102-99-ca-parle-sexe-viol-streameuses-temoignent-cyberviolences-sexistes-subies-twitch>, consulté le 5 octobre 2023.

FILANKEMBO, Jason, « À 93 ans, Hamako Mori est la plus vieille streameuse au monde et elle joue sûrement mieux que vous ! » [en ligne], *Gentside gaming*, le 25 juillet 2023, URL : [https://gaming.gentside.com/streaming/youtube/a-93-ans-hamako-mori-est-la-plus-vieille-streameuse-du-monde\\_art33430.html](https://gaming.gentside.com/streaming/youtube/a-93-ans-hamako-mori-est-la-plus-vieille-streameuse-du-monde_art33430.html), consulté le 15 octobre 2023.

GABRIEL, Joanna, « Viola Davis, Eva Longoria, Andie MacDowell... Ces stars qui ont défilé pour L'Oréal Paris » [en ligne], *Marie Claire*, le 2 octobre 2023, URL : <https://www.marieclaire.fr/defile-l-oreal-paris-2023,1461016.asp>, consulté le 5 octobre 2023.

GOGOGADGETKAT, , « Team Liquid's Eve Ascension Returns September 30th! » [en ligne], *Raider.IO*, le 18 août 2023, URL : <https://raider.io/news/548-team-liquids-eve-ascension-returns-september-30th>, consulté le 12 octobre 2023.

HREF, « Maghla: retour sur son parcours avant de devenir streameuse » [en ligne], *NRJ.fr*, le 21 septembre 2022, URL : <https://www.nrj.fr/actus/maghla-retour-sur-son-parcours-avant-de-devenir-streameuse-71357272>, consulté le 5 octobre 2023.

*Maghla - Twitch*, [en ligne], URL : <https://www.twitch.tv/maghla?lang=fr>, consulté le 19 janvier 2023.

NAST, Condé, « Maghla : “Je pense qu’il y a plus grave dans la vie qu’une femme qui joue aux jeux vidéo” » [en ligne], *GQ France*, le 8 mars 2023, URL : <https://www.gqmagazine.fr/pop-culture/article/maghla-interview-twitch-youtube-gq-hype>, consulté le 10 octobre 2023.

PENNEY, Andrew, « Is Belle Delphine A Gamer? » [en ligne], *TheGamer*, le 23 octobre 2019, URL : <https://www.thegamer.com/is-belle-delphine-a-gamer/>, consulté le 4 octobre 2023.

POMATHIOD, Cyril, « Une streameuse World of Warcraft au bout du rouleau raconte son cyberharcèlement » [en ligne], *Dexerto.fr*, URL : <https://www.dexerto.fr/divertissement/streameuse-world-of-warcraft-raconte-cyber-harcelement-1086044/>, consulté le 10 octobre 2023.

R.G. AVEC AFP, , « Cyberharcèlement, photos obscènes, menaces: les streameuses crient leur dégoût » [en ligne], *BFMTV*, URL : [https://www.bfmtv.com/tech/gaming/cyberharcèlement-photos-obscenes-menaces-les-streameuses-crient-leur-degout\\_AD-202210260494.html](https://www.bfmtv.com/tech/gaming/cyberharcèlement-photos-obscenes-menaces-les-streameuses-crient-leur-degout_AD-202210260494.html), consulté le 5 octobre 2023.

THM MAGAZINE, « Animal Crossing: New Horizons, vous allez adorer cette vidéo unboxing d’Audie, une fan... de 88 ans ! » [en ligne], 2020, URL : <https://www.thmmagazine.fr/animal-crossing-new-horizons-unboxing-nintendo-switch-audie/>, consulté le 31 octobre 2023.

VILANOVA, Constance, « Paroles de streameuses harcelées sur Twitch : « J’aimerais tellement en avoir rien à faire. Comme mes copains vidéastes, ne pas y penser et me marrer » » [en ligne], *Le Monde.fr*, 2022, URL : [https://www.lemonde.fr/pixels/article/2022/10/28/harcelement-sur-twitch-les-streameuses-entre-liberation-de-la-parole-et-ras-le-bol\\_6147758\\_4408996.html](https://www.lemonde.fr/pixels/article/2022/10/28/harcelement-sur-twitch-les-streameuses-entre-liberation-de-la-parole-et-ras-le-bol_6147758_4408996.html), consulté le 5 octobre 2023.

## E-sport et sport professionnel

« 2014 : Clarisse Agbégénéou, une championne « à fort caractère » | INA » [en ligne], *ina.fr*, URL : <https://www.ina.fr/ina-eclaire-actu/judo-clarisse-agbegnebou-finale-championne-maman>, consulté le 6 novembre 2023.

« A Propos | Kayane » [en ligne], URL : <https://kayane.fr/a-propos/>, consulté le 8 septembre 2023.

« Collaborations | Kayane » [en ligne], URL : <https://kayane.fr/collaborations/>, consulté le 8 septembre 2023.

« INVITÉE RTL - Paris Games Week : “Le jeu vidéo m’a permis de m’ouvrir au monde”, explique Kayane » [en ligne], *www.rtl.fr*, le 2 novembre 2022, URL : <https://www.rtl.fr/programmes/rtl-midi/7900201549-invitee-rtl-paris-games-week-le-jeu-video-m-a-permis-de-m-ouvrir-au-monde-explique-kayane>, consulté le 3 octobre 2023.

« Les sports Olympiques de Paris 2024 » [en ligne], *Paris 2024*, URL : <https://www.paris2024.org/fr/sports-olympiques/>, consulté le 7 octobre 2023.

« Palmarès | Kayane » [en ligne], URL : <https://kayane.fr/palmares/>, consulté le 2 novembre 2023.

AGBÉGNÉNOU, Clarisse, *Combattre pour être soi : Les conseils d’une championne* [en ligne], Rageot, 2021, 160 p., URL : [https://lire.amazon.fr/?asin=B097TFK5FD&\\_encoding=UTF8&ref=dbs\\_p\\_ebk\\_r00\\_pbcb\\_rnvc00](https://lire.amazon.fr/?asin=B097TFK5FD&_encoding=UTF8&ref=dbs_p_ebk_r00_pbcb_rnvc00).

BONNET, Chrystelle, « « Tu pourrais regarder un peu plus haut ? » La judoka Clarisse Agbégénéou, quatre fois championne du monde (- 63 kg), raconte l’envers de sa brassière », *L’Équipe magazine*, 2020, p. 38.

CHALLIER, Hugo, « Clarisse Agbégénéou décroche son 6e titre de championne du Monde de judo » [en ligne], *Ministère de l’intérieur et des outre-mers*, URL :

<https://www.gendarmerie.interieur.gouv.fr/gendinfo/sport/clarisse-agbegnenou-decroche-son-6e-titre-de-championne-du-monde-de-judo>, consulté le 2 novembre 2023.

FRANCS, Ophélie Colas Des, « Clarisse Agbégénéou, judokate engagée » [en ligne], *Les Echos Executives*, le 2 juillet 2020, URL :

<https://business.lesechos.fr/entrepreneurs/toujours-plus-haut/role-modeles/0603438322958-clarisse-agbegnenou-judokate-engagee-338670.php#Xtor=AD-6000>, consulté le 6 novembre 2023.

KAYANE, , *Kayane : parcours d’une e-combattante* [en ligne], 404 Editions, 2016, URL :

[https://lire.amazon.fr/?asin=B01DFV52L2&\\_encoding=UTF8&ref=dbs\\_p\\_ebk\\_r00\\_pbcb\\_rnvc00](https://lire.amazon.fr/?asin=B01DFV52L2&_encoding=UTF8&ref=dbs_p_ebk_r00_pbcb_rnvc00).

MORIN, Gaëtane, « Clarisse Agbégénéou, les combats d’une championne : « Il m’a fallu cinq titres mondiaux pour être légitime » » [en ligne], *Le Parisien (site web)*, 2023, URL : <https://nouveau->

europresse-com.accesdistant.sorbonne-universite.fr/Link/mnhnT\_20211/  
news·20230324·PFR·dmdkoh5fm5dtbf3dfuip4czpnm.

OUEST FRANCE, AFP, « Judo. Clarisse Agbegnenou retrouve la compétition en Géorgie après son congé maternité » [en ligne], *Ouest-France.fr*, le 25 novembre 2022, URL : <https://www.ouest-france.fr/sport/judo/judo-clarisse-agbegnenou-retrouve-la-competition-en-georgie-apres-son-conge-maternite-fdd778da-6cda-11ed-b8cb-853622caf17b>, consulté le 7 août 2023.

## **Ouverture : Intersectionnalité dans le milieu du gaming et e-girls**

« Young Women Are Reclaiming The Slur ‘Egirl’ » [en ligne], *Kotaku*, le 26 juillet 2019, URL : <https://kotaku.com/young-women-are-reclaiming-the-word-egirl-1836738879>, consulté le 8 octobre 2023.

JENNINGS, Rebecca, « E-boys are the new teen heartthrobs — and they’re poised to make serious money » [en ligne], *Vox*, le 13 janvier 2020, URL : <https://www.vox.com/the-goods/2020/1/13/21064204/chase-hudson-hype-house-lil-huddy-eboy-style>, consulté le 5 novembre 2023.

JENNINGS, Rebecca, « E-girls and e-boys, the irony-laced subculture that doesn’t exist in real life » [en ligne], *Vox*, le 1 août 2019, URL : <https://www.vox.com/the-goods/2019/8/1/20748707/egirl-definition-what-is-an-eboy>, consulté le 1 novembre 2023.

JONNIAUX, Amandine, « Malgré les arnaques, la moitié des jeunes veut devenir influenceurs » [en ligne], *Journal du Geek*, le 16 juin 2023, URL : <https://www.journaldugeek.com/2023/06/16/malgre-les-arnaques-la-moitie-des-jeunes-veut-devenir-influenceurs/>, consulté le 7 novembre 2023.

LAL, Kish, « E-girls and boys’ style is the antidote to the homogenised IG aesthetic » [en ligne], *Dazed*, le 15 juillet 2019, URL : <https://www.dazeddigital.com/fashion/article/45266/1/e-girls-e-boys-tiktok-instagram-fashion-eve-fraser-luis-abad-gen-z-style>, consulté le 3 novembre 2023.

LESKIN, Paige, « Everything you need to know about e-girls and e-boys, teen gamers who have emerged as the antithesis of Instagram influencers » [en ligne], *Business Insider*, URL : <https://www.businessinsider.com/e-girls-definition-tiktok-e-boys-anti-influencer-teen-gamers-2019-9>, consulté le 28 octobre 2023.

OULAC, Par François, « Dans le jeu vidéo, le design des personnages noirs est un enjeu de justice sociale » [en ligne], *La Matinale du Monde*, 2020, URL : [https://nouveau-europresse-com.accesdistant.sorbonne-universite.fr/Link/mnhnT\\_20211/news·20200711·LMT·6045904](https://nouveau-europresse-com.accesdistant.sorbonne-universite.fr/Link/mnhnT_20211/news·20200711·LMT·6045904).

PROTAIS, Marine, « Louer une e-girl : le nouveau passe-temps de certains streamers » [en ligne], *L'ADN*, le 12 avril 2023, URL : <https://www.ladn.eu/media-mutants/e-pal-la-plateforme-qui-loue-des-e-girls-contre-quelques-dollars/>, consulté le 9 novembre 2023.

## Bibliographie secondaire

### Jeux vidéo et univers du gaming

CARR, Diane, BUCKINGHAM, David, BURN, Andrew, *et al.*, *Computer Games: Text, Narrative and Play*, Cambridge, Polity Press, 2006, 224 p.

CASELL, Justine, JENKINS, Henry, *From Barbie® to Mortal Kombat: Gender and Computer Games*, Cambridge, Mass., Reprint édition, The MIT Press, 2000, 380 p.

CHAMOISEAU, Carl, « Quand sexisme et jeux vidéo font (encore) bon ménage - Une enquête exclusive de l'IFOP pour GamerTop » [en ligne], 2023, URL : <https://gamertop.fr/enquete-ifop/>, consulté le 26 mai 2023.

COAVOUX, Samuel, « La différenciation genrée des pratiques des jeux vidéo », *Enjeux numériques*, n° 6, 2019, p. 35.

COVILLE, Marion, « Créateurs de jeux vidéo et récits de vie : la formation d'une figure hégémonique » [en ligne], *Revue française des sciences de l'information et de la communication*, n° 4, Société Française de Sciences de l'Information et de la Communication, 2014, URL : <https://journals.openedition.org/rfsic/763>, consulté le 25 juin 2023.

GENVO, Sébastien, « Du rôle de la masculinité militarisée dans la médiation ludique sur support numérique » [en ligne], *Quaderni. Communication, technologies, pouvoir*, Les éditions de la Maison des sciences de l'Homme, 2008, URL : <https://journals.openedition.org/quaderni/282>, consulté le 13 décembre 2022.

HESS, Emmanuelle, « Les nouvelles représentations des minorités dans les Jeux vidéos : enjeux et significations » [en ligne], *ALTERNATIVE FRANCOPHONE*, vol. 2, n° 8, 2021, URL : <https://journals.library.ualberta.ca/af/index.php/af/article/view/29412>, consulté le 30 octobre 2022.

KLINE, Stephen, DYER-WITHEFORD, Nick, PEUTER, Greig de, *Digital Play: The Interaction of Technology, Culture, and Marketing*, Montréal ; London, McGill-Queen's University Press, 2003, 376 p.

LIGNON, Fanny, « Analyse vidéoludique et stéréotypes de sexe » [en ligne], dans *À l'école des stéréotypes*, L'Harmattan, 2013, p. 115 à 139, URL : <https://hal.archives-ouvertes.fr/hal-00833511>, consulté le 30 octobre 2022.

LIGNON, Fanny, « L'image de la femme dans les jeux vidéo de combat » [en ligne], dans *Sport et Genre. XIXème-XXème : objets, arts et médias*, vol. Vol. 4, L'Harmattan, coll. « Espaces et Temps du Sport », 2005, p. 171 à 185, URL : <https://hal.archives-ouvertes.fr/hal-00424727>, consulté le 30 octobre 2022.

LIGNON, Fanny, *Genre et jeux vidéo*, Toulouse, Presses Universitaires du Midi, 2015, 268 p.

OBSERVATOIRE DES IMAGES, , « Le jeu vidéo : un « no woman's land » ? » [en ligne], 2015, URL : <http://www.observatoiredesimages.org>, consulté le 21 février 2023.

PERRON, Bernard, *The Video Game Theory Reader 2*, New York, 1er édition, Routledge, 2009, 456 p.

ROGSTAD, Egil Trasti, « Gender in eSports research: a literature review » [en ligne], *European Journal for Sport and Society*, vol. 19, n° 3, Routledge, 2022, URL : <https://doi.org/10.1080/16138171.2021.1930941>, consulté le 25 juin 2023.

SELL, « Les français et le jeu vidéo en 2022 » [en ligne], *AFJV*, le 27 octobre 2022, URL : [https://www.afjv.com/news/11037\\_etude-francais-jeux-video-2022.htm](https://www.afjv.com/news/11037_etude-francais-jeux-video-2022.htm), consulté le 5 décembre 2022.

TAYLOR, T.L., *Raising the Stakes: E-Sports and the Professionalization of Computer Gaming*, Cambridge, Mass, Édition réimprimée, The MIT Press, 2015, 332 p.

TAYLOR, T.L., *Watch Me Play: Twitch and the Rise of Game Live Streaming* [en ligne], Princeton ; Oxford, Princeton University Press, 2018, 328 p., URL : <http://watchmeplay.cc/wp-content/uploads/2018/10/WatchMePlayCC.pdf>.

WOMEN IN GAMES, , « Le jeu vidéo, un médium et une industrie de plus en plus mixte » [en ligne], *AFJV*, le 19 mai 2022, URL : [https://www.afjv.com/news/10934\\_jeux-video-medium-industrie-mixite-homme-femme.htm](https://www.afjv.com/news/10934_jeux-video-medium-industrie-mixite-homme-femme.htm), consulté le 5 décembre 2022.

## Études de genre

CHAZALON, Élodie, « Femmes et féminisme(s) en représentation(s) », *Revue française d'études américaines*, vol. 158, n° 1, Belin, 2019, pp. 3-12.

CONNELL, R.W., *Masculinities*, Berkeley, Calif, 2ème édition, University of California Press, 2005. HQ1088 .C66 2005., 324 p.

DJAVADZADEH, Keivan, « The Beyoncé Wars : le Black feminism, Beyoncé et le féminisme hip-hop » [en ligne], *Le Temps des médias*, vol. 29, n° 2, Nouveau Monde éditions, 2017, URL : <https://www.cairn.info/revue-le-temps-des-medias-2017-2-page-159.htm>, consulté le 11 octobre 2023.



LÉPINARD, Éléonore, LIEBER, Marylène, « VI. Vers une théorie intersectionnelle du genre » [en ligne], dans , Paris, La Découverte, coll. « Repères », 2020, pp. 97-109, URL : <https://www.cairn.info/les-theories-en-etudes-de-genre--9782348059162-p-97.htm>, consulté le 9 novembre 2023.

## **Sociologie du sport**

FABRE, Jean, « Football et rugby, ces jeux qui viennent du nord », *Pouvoirs*, vol. 121, n° 2, Le Seuil, 2007, pp. 63-76.

LOUVEAU, Catherine, « Inégalité sur la ligne de départ : femmes, origines sociales et conquête du sport » [en ligne], *Clio. Femmes, Genre, Histoire*, n° 23, Éditions Belin, 2006, URL : <https://journals.openedition.org/clio/1877>, consulté le 18 octobre 2023.

MARTIN, Lori Latrice, « Double Fault: Serena Williams and Tennis at the Intersection of Race and Gender », vol. 42, n° 3/4, Washington State University Press, 2019, pp. 88-96., 88-96 p.

PENIN, Nicolas, « Des parcours et des engagements » [en ligne], dans *Les Sports à risque : Sociologie du risque, de l'engagement et du genre*, Arras, Artois Presses Université, coll. « Cultures sportives », 2020, pp. 133-163, URL : <http://books.openedition.org/apu/8116>, consulté le 24 mars 2023.

PENIN, Nicolas, *Les Sports à risque : Sociologie du risque, de l'engagement et du genre* [en ligne], Arras, Artois Presses Université, coll. « Cultures sportives », 2020, 352 p., URL : <http://books.openedition.org/apu/8026>, consulté le 16 mai 2023.

## **Sémiologie et communication**

CORNU GENEVIÈVE, *Sémiologie de l'image dans la publicité*, Paris, les Éd. d'Organisation, coll. « EO sup », 1990, 158 p.

MARWICK, Alice E., *Status Update: Celebrity, Publicity, and Branding in the Social Media Age* [en ligne], New Haven, First Edition, Yale University Press, 2013, URL : [https://lire.amazon.fr/?\\_encoding=UTF8&asin=B00GGSG266&consumptionLimitReached=false&deviceAccountIds=A10336302R9C6XNLSITGF&hasMultimedia=false&requiredCapabilities=EBOK\\_PURCHASE\\_ALLOWED&ref=sr\\_rn\\_kfw](https://lire.amazon.fr/?_encoding=UTF8&asin=B00GGSG266&consumptionLimitReached=false&deviceAccountIds=A10336302R9C6XNLSITGF&hasMultimedia=false&requiredCapabilities=EBOK_PURCHASE_ALLOWED&ref=sr_rn_kfw).

## Entrées de dictionnaire

« Girl power » [en ligne], dans *Oxford Dictionaries (British & World English)*, Oxford University Press, 2023, URL : <https://premium.oxforddictionaries.com/definition/english/girl-power?q=girl+power>, consulté le 20 octobre 2023.

« MANQUÉ : Définition de MANQUÉ » [en ligne], URL : <https://www.cnrtl.fr/definition/manqu%C3%A9>, consulté le 25 octobre 2023.

« TOURNESOL : Etymologie de TOURNESOL » [en ligne], URL : <https://www.cnrtl.fr/etymologie/tournesol>, consulté le 6 octobre 2023.

# Annexes

## Partie 3 – Les streameuses : visages publics de joueuses



Figure 1: Capture d'écran du post Instagram de Maghla sur lequel on peut voir sa photo de profil

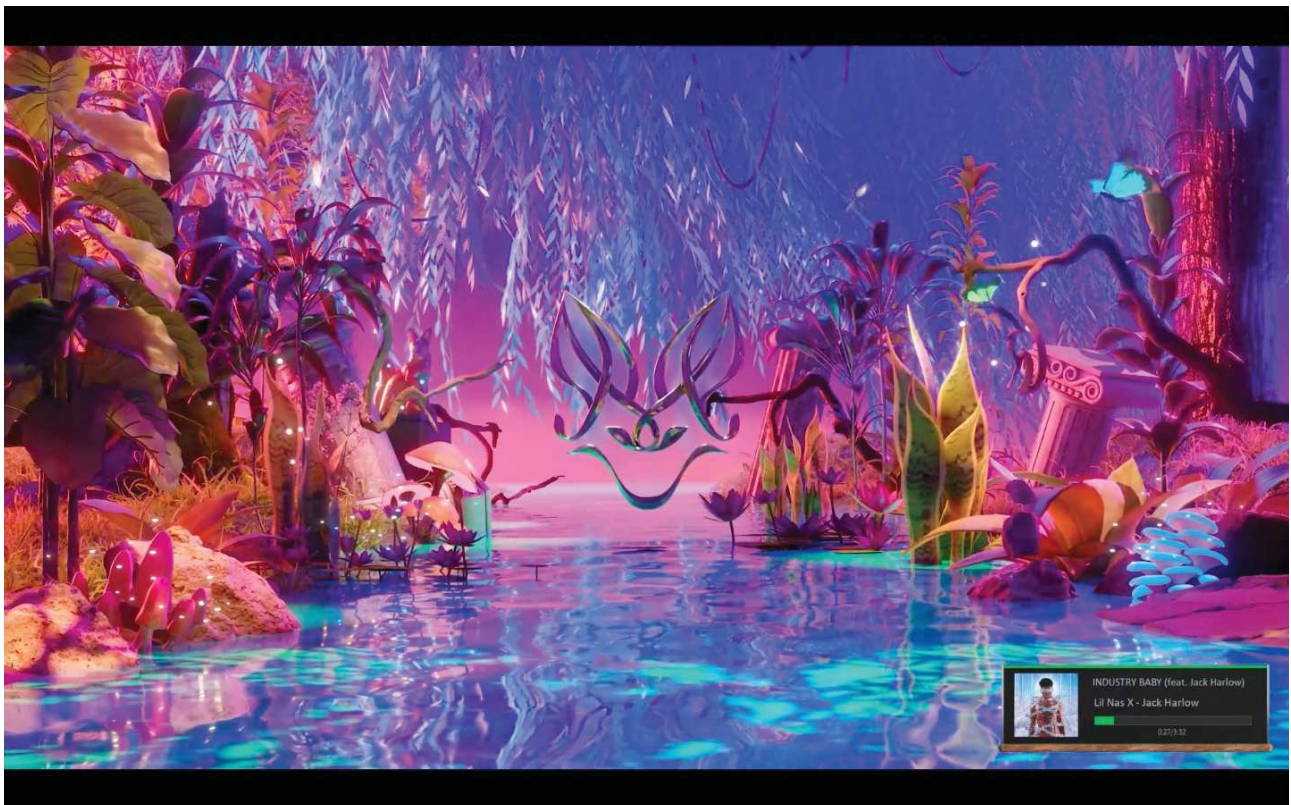


Figure 2: Capture d'écran de l'écran d'attente de la streameuse Maghla sur Twitch



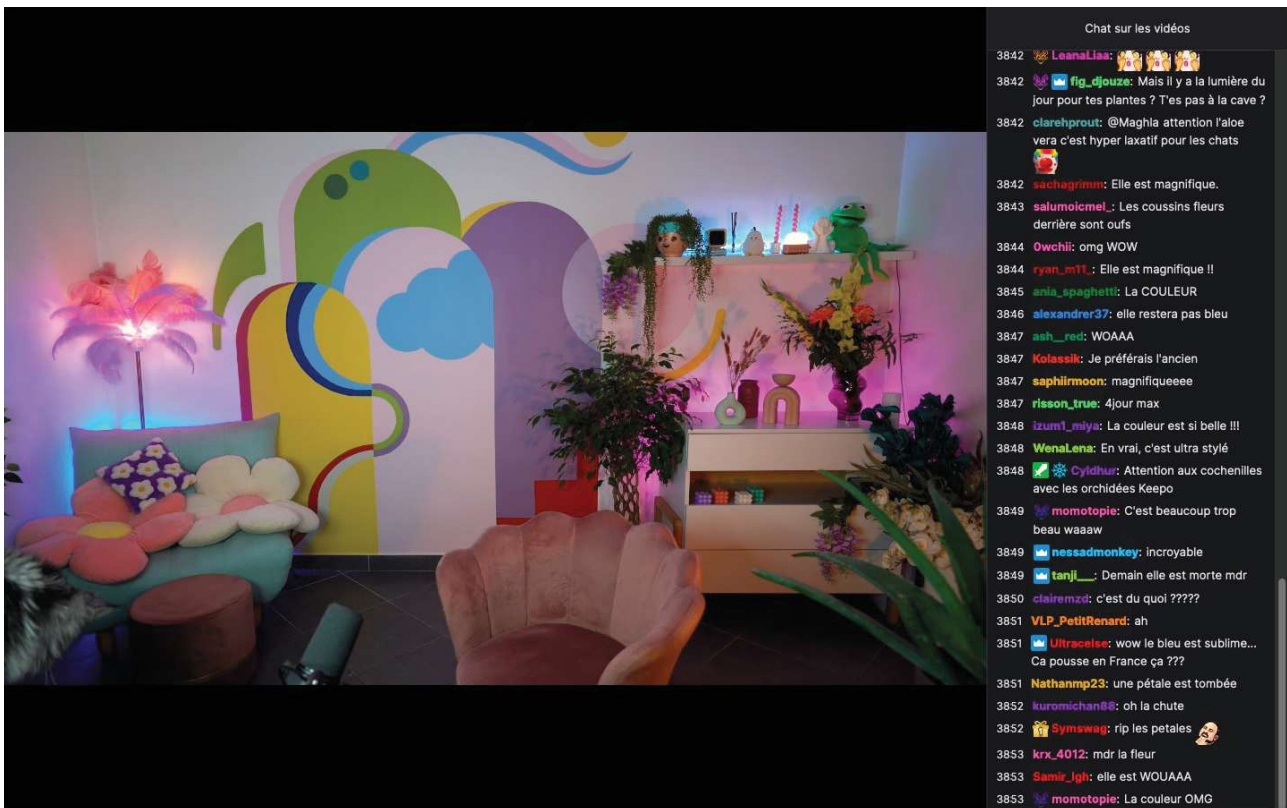


Figure 3: Capture d'écran du studio de Maghla sur Twitch



Figure 4: Capture d'écran du post de Maghla sur Instagram à l'occasion de sa collaboration avec Clarcks Original



Figure 5: Capture d'écran de la story Instagram sur la participation de Maghla au défilé L'Oréal à l'occasion de la Fashion Week Printemps/été en 2023

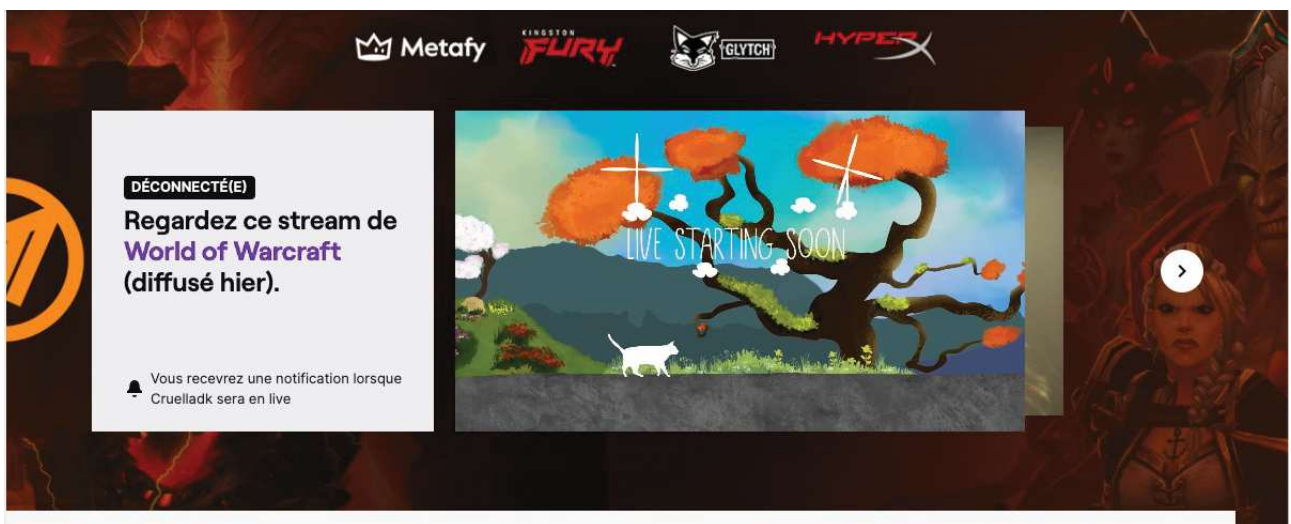


Figure 6: Capture d'écran de la bannière de Cruelladk sur Twitch et de son écran d'attente



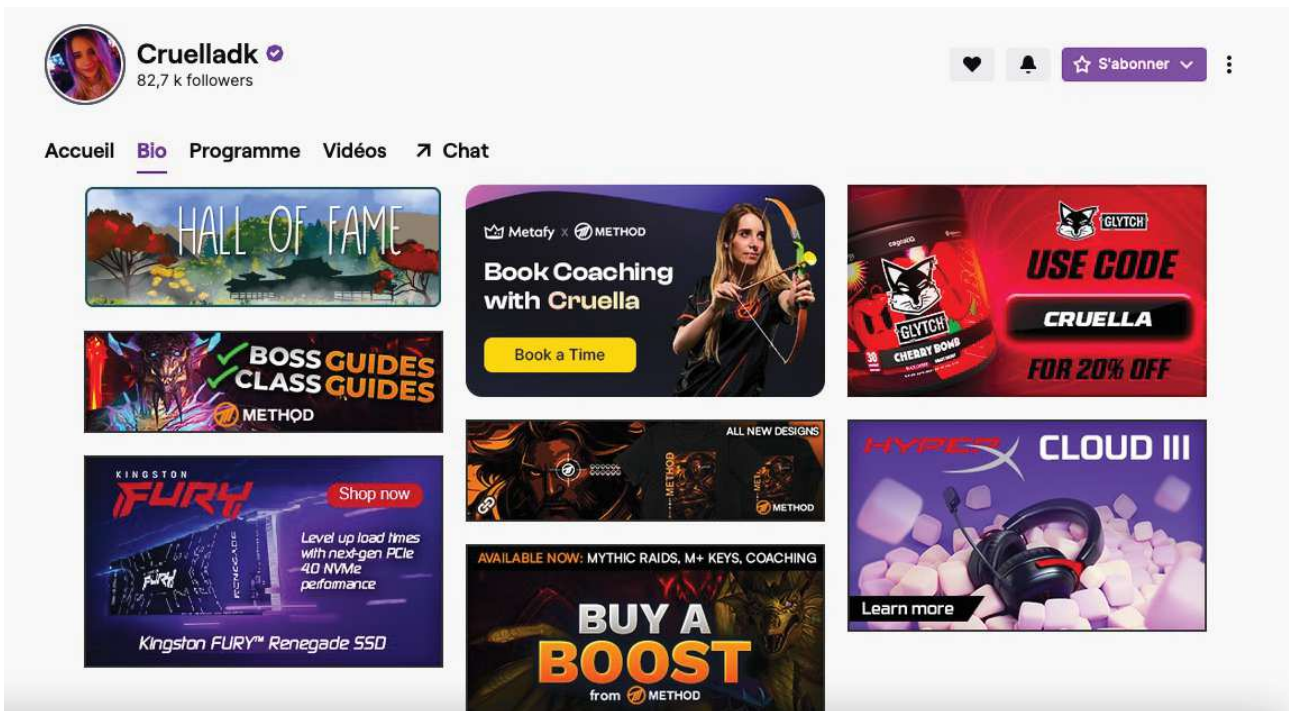


Figure 7: Capture d'écran du compte Twitch de Cruelladk

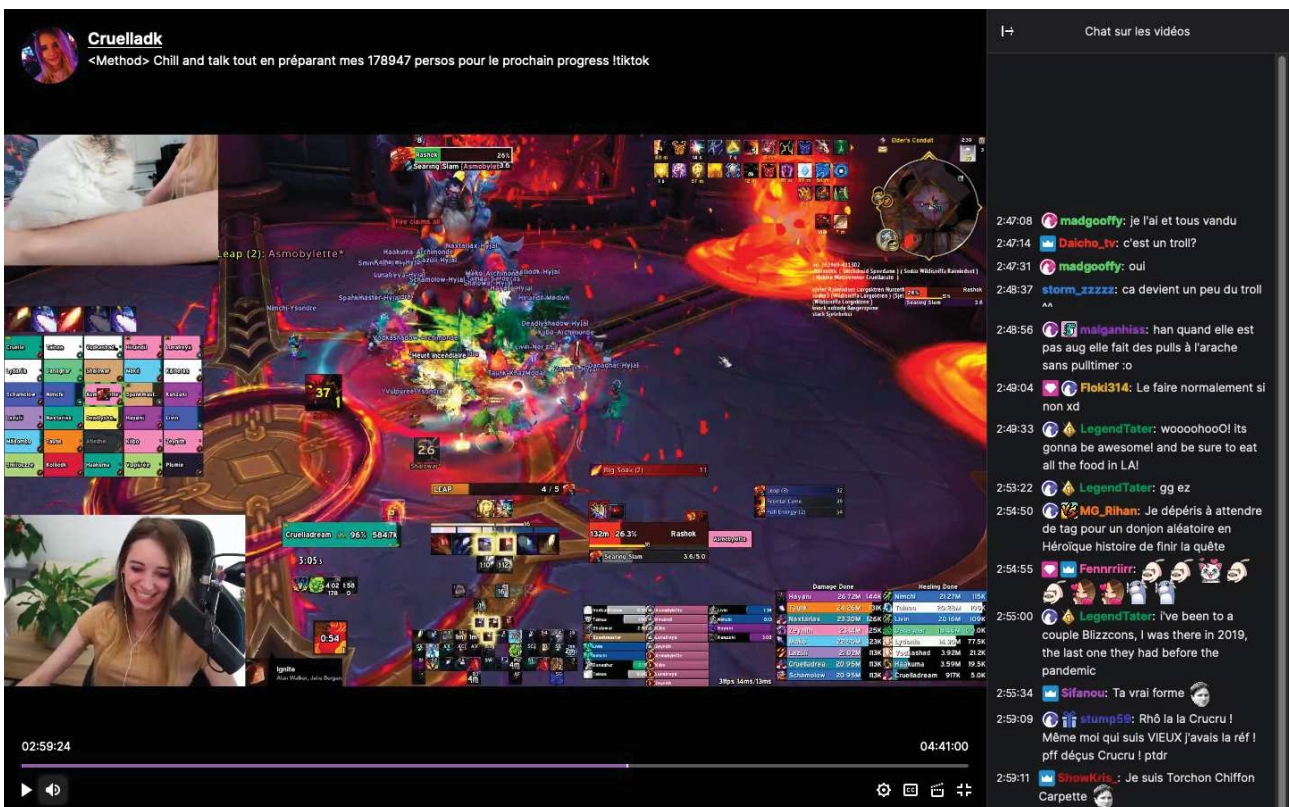


Figure 8: Capture d'écran d'un raid avec des abonnés lors d'un stream de Cruelladk sur Twitch

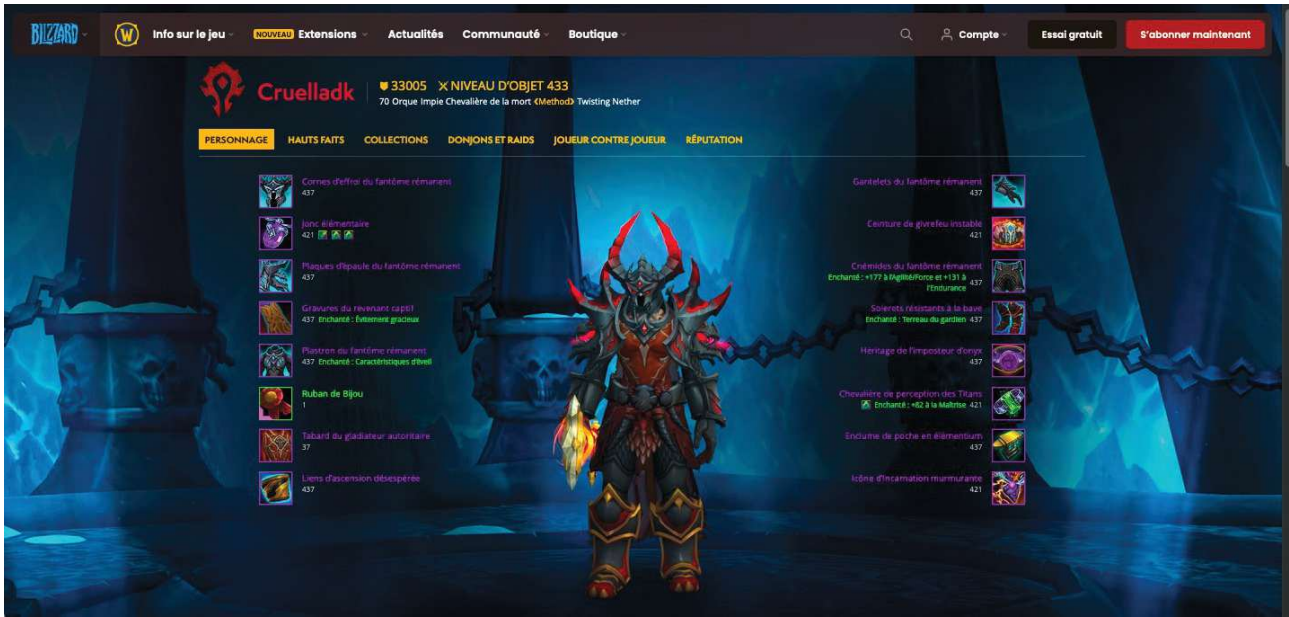


Figure 9: Capture d'écran du personnage de Cruelladk sur le site web de World of Warcraft



## Résumé du mémoire

Malgré un nombre important de joueuses, les jeux vidéo restent largement associés aux hommes, ce qui pourrait s'expliquer par ses liens avec la masculinité geek, mais aussi avec la technologie et le domaine militaire. L'industrie a également joué un rôle dans la création d'une image stéréotypée des joueuses au travers du *Girl's games movement* en vendant des jeux vidéo stéréotypés ciblant un public féminin. Les personnages féminins sont aussi souvent accusés d'être sexistes, mais ces derniers sont de plus en plus actifs, bien qu'ils restent souvent sexualisés. L'image de la « gamer girl » – une fille incapable de jouer aux jeux vidéo ou cherchant à attirer l'attention des joueurs masculins – s'est ainsi constituée à partir de l'ensemble de ces éléments.

Selon nos analyses, la place des femmes dans les publicités de jeux vidéo semblent suivre deux tendances. Dans les publicités du jeu *The Legend of Zelda: Skyward sword*, les personnages féminins ont cessé d'être associés à la princesse Zelda, archétype de la demoiselle en détresse, pour devenir des joueuses actives sous les traits du héros, Link. Les publicités du jeu vidéo *Animal Crossing : New Horizons*, semblent toutefois indiquer la persistance de biais de genre hérités du *Girl's games movement*, avec une sur-représentation des joueuses, malgré des efforts pour mettre en avant des figures masculines diverses.

L'image des streameuses de jeux vidéo reste impactée par les stéréotypes de la gamer girl. La streameuse Maghla, qui a été victime de harcèlement, a décidé de vivre pleinement sa féminité, sans se laisser influencée par les critiques et les insultes qu'elle reçoit en ligne, après s'être longtemps camouflée. Cruelladk choisit de mettre en avant de son appartenance à une guilda de premier plan sur le jeu *World of Warcraft* et son expertise sur l'ensemble de ses réseaux et s'affirme ainsi comme une joueuse experte.

L'étude comparée de la place des femmes dans le milieu du sport et du e-sport au travers de deux figures de combattantes nous a permis de comprendre les liens qui existent entre ces deux milieux. Face aux préjugés, la judokate Clarisse Agbénénou choisit de lutter contre les clichés concernant les femmes pratiquant des sports de combat, que ce soit sur leur performance ou leur lien avec la masculinité en affirmant sa féminité et en devenant un modèle pour l'ensemble des femmes. Kayane, joueuse professionnelle spécialisée dans les jeux de combat, a elle aussi dû faire face au sexisme mais aussi à l'âgisme du fait de la précocité de son talent. Le sexisme qu'elle a subi a été plus important du fait qu'elle a évolué dans des espaces très souvent exclusivement masculins dans un milieu inégalitaire, peu accessible aux femmes. Elle est aujourd'hui largement reconnue grâce à son palmarès et est devenue une ambassadrice du e-sport et du jeu vidéo.

## **Mots-clés**

Jeux vidéo

Genre

Publicité

Streaming

E-sport

Sport