

WHITE PAPER

JÉRÉMY GRENIER

Mon White Paper est dédié à l'univers du jeu vidéo et de la création d'un personnage. Il est plus spécialement introduit dans l'univers de Tomb Raider, une licence pour laquelle je suis un grand fan. A l'occasion des 25 ans de la licence l'année dernière, une interview a été faite avec des grands noms de l'industrie du jeu vidéo qui ont travaillé sur le projet Tomb Raider. Et plus spécialement le «game directeur» de la licence qui a pu aborder le sujet d'une suite envisageable pour cette licence :

« Nous avons de grandes ambitions pour l'avenir de Tomb Raider. Notre trilogie du reboot, débutée en 2013, racontait l'histoire de Lara dans ses balbutiements, et sa transformation en une survivante, une héroïne, et enfin une pilleuse de tombes.

Les Tomb Raider classiques (1996 - 1998) nous montraient une aventurière, expérimentée et sûre d'elle, qui parcourait le monde et découvrait ses secrets tout en affrontant seule des forces cataclysmiques.

L'avenir que nous envisageons pour Tomb Raider se place après ces aventures, plantant ses fondations à la fois sur les jeux de Core Design et de Crystal Dynamics en unifiant ces deux lignes du temps. »

Will Kerslake, Tomb Raider franchise Game Director

De ce fait, j'ai pour ambition de rédiger mon White Paper autour de la création de la nouvelle Lara Croft en devenant, tout en répondant à la problématique suivante :

**JEUX VIDÉO ET CHARACTER DESIGN :
COMMENT REDÉFINIR L'IDENTITÉ VISUELLE DE L'HÉROÏNE
PRINCIPALE DE TOMB RAIDER DANS UNE ÈRE POST-VÉRITÉ ?**

SOMMAIRE

LA CRÉATION D'UNE HÉROÏNE

QU'EST-CE QUE LE CHARACTER DESIGN ?

UN PERSONNAGE : LARA CROFT

UNE RÉVOLUTION POUR SON ÉPOQUE

UNE AVENTURE DANS L'ÈRE DU TEMPS

QU'EST-CE QUE L'ÈRE POST-VÉRITÉ ?

LE DOMAINE DU JEUX VIDÉO EN CONSTANTE ÉVOLUTION

DES STUDIOS DE CRÉATION QUI SE VEULENT PLUS FÉMINISTE

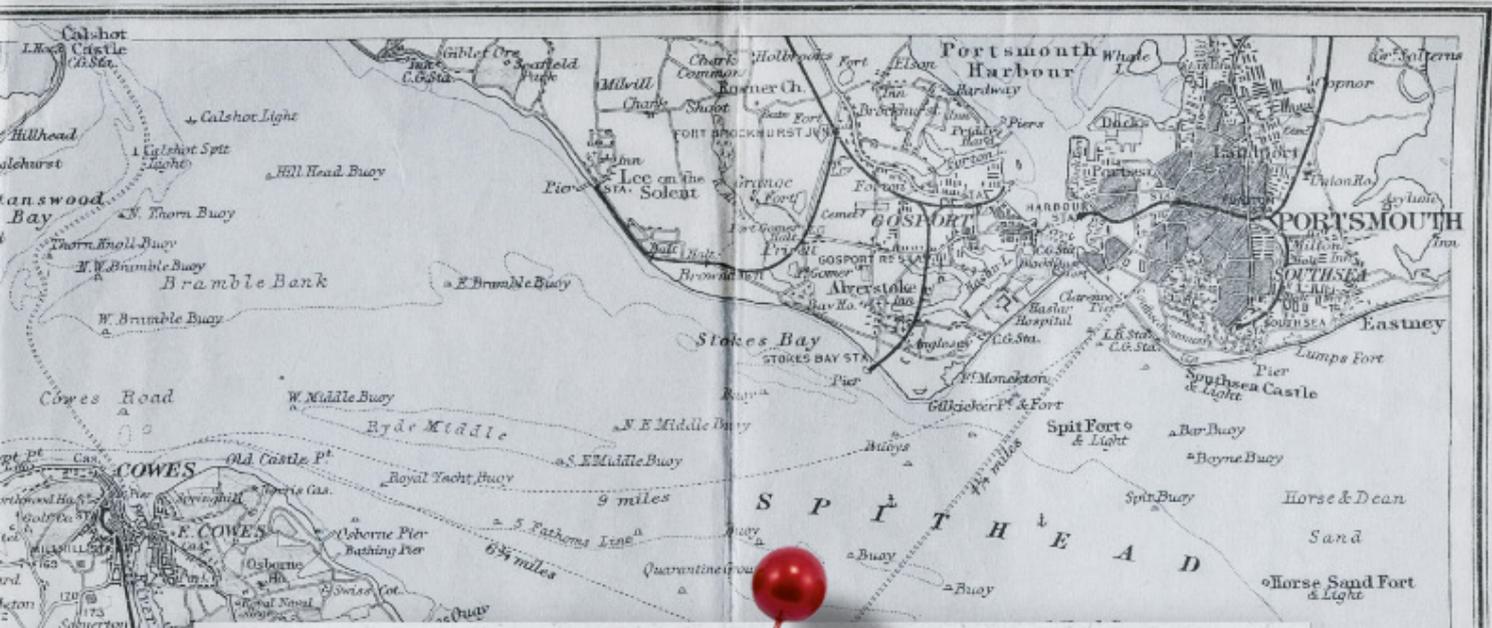
TOMB RAIDER, LA SUITE...

UN NOUVEAU VISAGE

UNE TENUE EMBLÉMATIQUE

UNE POSTURE LÉGENDAIRE





LA CRÉATION D'UNE HÉROÏNE



QU'EST-CE QUE LE CHARACTER DESIGN ?

Certains des personnages les plus mémorables de la télévision, du cinéma et du jeu vidéo, viennent du monde de l'animation 2D et 3D. Avant même que ces personnages ne soient animés, ils sont dessinés. Les personnages sont bien plus que de grands dessins. On leur donne des personnalités et des détails qui les rendent emblématiques et servent de véhicule à une histoire. C'est le but du character design. Mais alors qu'est-ce que le character design ?

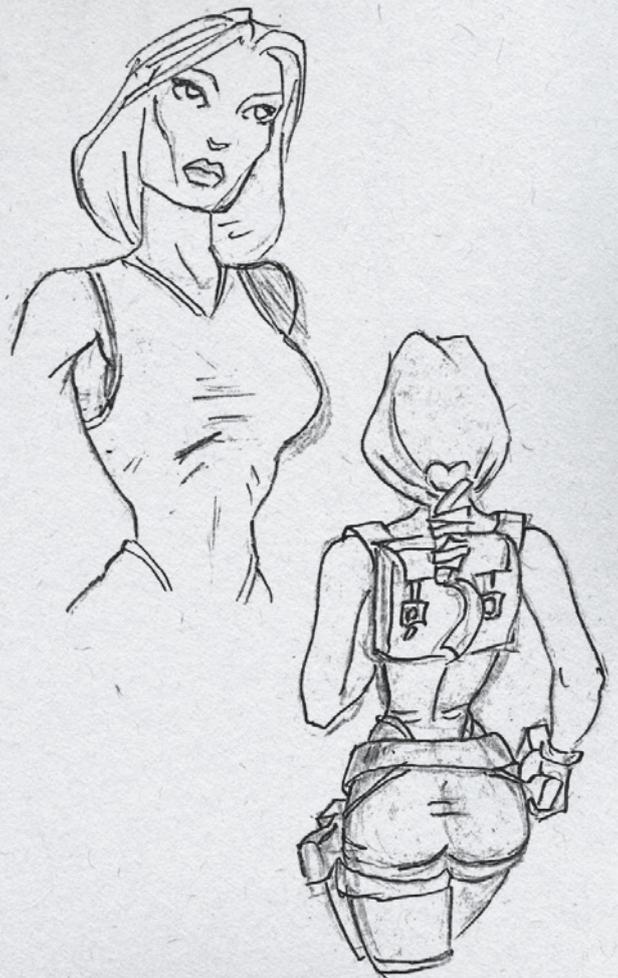
Dans les arts visuels, le character design est la création complète de l'esthétique, de la personnalité, du comportement et de l'apparence visuelle générale d'un personnage. Les character designers créent des personnages comme vecteur de narration. Cela signifie que chaque aspect d'un personnage, comme les formes, les palettes de couleurs et les détails, est choisi pour une raison spécifique.

Éléments clés d'un bon character design :

SILHOUETTE
PALETTE DE COULEURS
EXAGÉRATION

Les jeux vidéo sont tous animés par une histoire. Et les histoires sont animées par des personnages. Le character design vise à rendre ces personnages attrayants, visuellement stimulants et mémorables. Pour se faire, les artistes ont la possibilité de créer des personnages à partir de rien. Cela leur permet d'utiliser tous les aspects du design pour créer un personnage unique. Les plus grands character design sont maintenant devenus mémorables et emblématiques, mais qu'est-ce qui fait exactement un personnage emblématique ?

Un bon character design est une question de clarté. Cela signifie non seulement avoir un design stimulant, mais un design distinct, quelle que soit la façon dont nous voyons le personnage. Voici les trois composants d'une bonne conception de personnage.



■ SILHOUETTE

Pour le dire simplement, la silhouette d'un personnage est ce qui reste lorsque vous supprimez toutes les couleurs et tous les détails et remplissez le contour de la forme du personnage uniquement avec du noir.

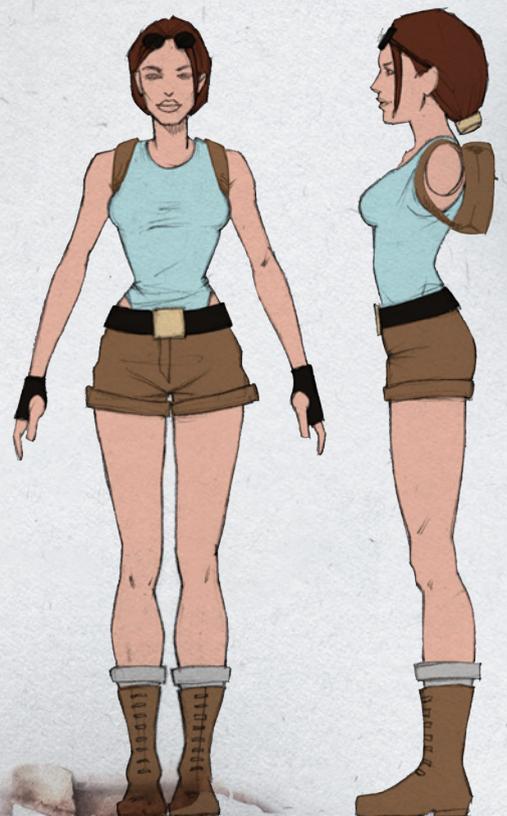
Un signe de bonne conception de personnage est un personnage reconnaissable uniquement à sa silhouette. Lors de la création d'une silhouette de personnage distincte, il est important d'avoir une solide compréhension du langage des formes, et en plus de cette dernière, les character designers doivent être intentionnels et stratégiques dans leur utilisation de la couleur.



■ PALETTE DE COULEURS

La palette fait référence à l'utilisation de la couleur par un character designer. Et quand il s'agit de couleur, la sélectivité est la clé. La dernière chose que le concepteur veut est un personnage plein d'innombrables couleurs sans hiérarchie ni utilisation intentionnelle de la palette. Cela finira par distraire le public plutôt que de l'engager.

Il est important d'essayer d'utiliser une seule couleur comme couleur dominante d'un personnage et d'essayer d'utiliser au minimum d'autres couleurs pour soutenir cette couleur. Il est préférable d'utiliser des couleurs qui se soutiennent plutôt que de se concurrencer. Lors de la conception d'un personnage, il est facile de se laisser emporter par la couleur en créant des palettes de couleurs vibrantes et complexes. Mais il est important de se rappeler que plus la palette de couleurs est simple, mieux c'est.



■ EXAGÉRATION

De ces trois composants fondamentaux du character design, l'exagération est sans doute la plus importante en ce qui concerne la narration. L'exagération utilise des caractéristiques spécifiques pour susciter délibérément des réponses émotionnelles et psychologiques d'un public à un personnage. Ces caractéristiques exagérées peuvent faire la différence entre un public percevant un personnage comme héroïque ou menaçant.

La silhouette, la palette de couleurs et l'exagération sont trois éléments fondamentaux d'un bon character design. Bien qu'un character designer doit prendre en compte de nombreux détails, ces trois éléments sont souvent au cœur de ce qui rend la conception d'un personnage mémorable et emblématique. Mais ce n'est pas tout, il faut également prendre en compte les bases du processus du character design.

■ PRÉPARATION

Avant de pouvoir tracer une ligne, les character designers doivent étudier et se préparer. Une grande partie de cette préparation consiste à avoir une compréhension globale de choses comme l'anatomie, le langage des formes, la psychologie, la théorie des couleurs et l'histoire. La préparation consiste à comprendre les principes théoriques qui entrent dans la conception de grands personnages.

■ ÉCRIRE LE THÈME PRINCIPAL

Créer un personnage unique et emblématique à partir de zéro peut être difficile. Il y a un million de possibilités à considérer. Un grand character designer commence toujours par l'histoire. Pour affiner le but d'un personnage dans une histoire, il faut envisager d'écrire le thème principal. Le thème principal donne une direction claire et distincte quant à l'endroit où prendra place le personnage.

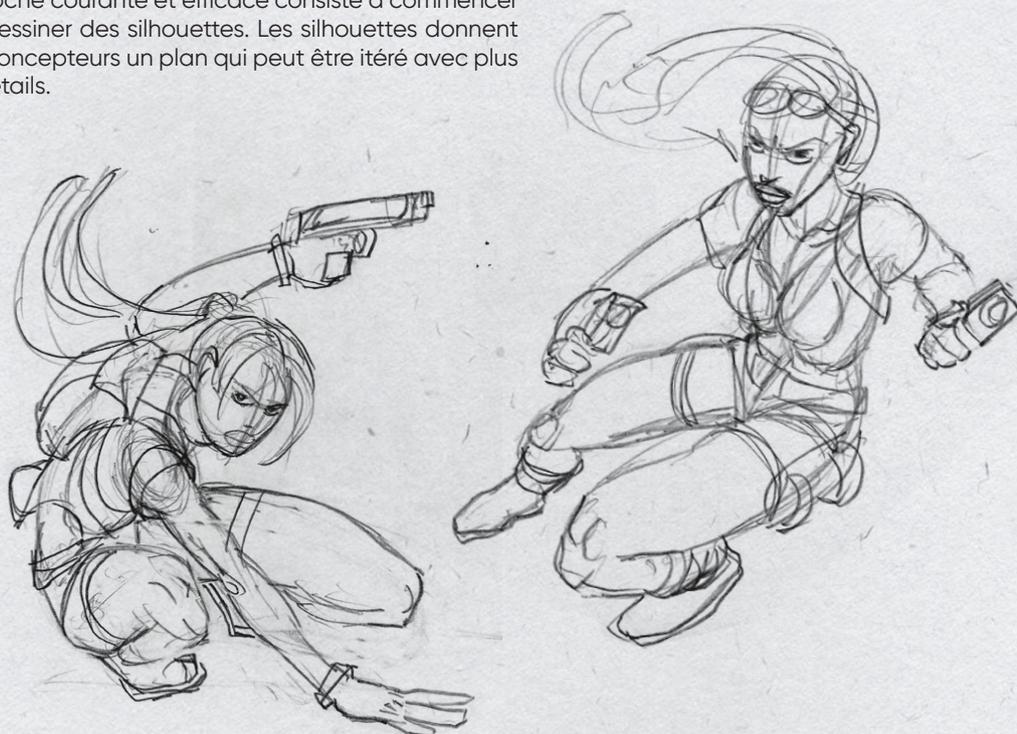
■ RASSEMBLEZ DES RESSOURCES

Comme toute forme d'art, l'inspiration est essentielle. Il va s'agir de rassembler diverses références provenant de différentes ressources pour faire avancer les idées du character design. Ces références peuvent provenir de n'importe quel support comme l'animation, la photographie, le cinéma, la bande dessinée ou la peinture. De nombreux character designers ont même leurs références préférées sous la main lorsqu'ils passent à l'étape suivante : créer une vignette.



■ CRÉER UN CROQUIS

La création d'un croquis est la première fois qu'un character designer commence à mettre ses idées sur papier (physique ou numérique). C'est un espace sûr où les artistes expérimentent et créent des croquis libres pour avoir une idée de la direction à prendre. Il existe différentes approches pour les croquis. Une approche courante et efficace consiste à commencer par dessiner des silhouettes. Les silhouettes donnent aux concepteurs un plan qui peut être itéré avec plus de détails.



■ FINALISER LES DÉTAILS

Une fois que les artistes sont satisfaits de leurs croquis, ils commencent à finaliser la conception des personnages. En ajoutant des lignes, des couleurs et des détails, les character design sont étoffés et amenés à un état plus finalisé. Le character design est souvent une question de raffinement. Cela ne signifie pas nécessairement ajouter, mais améliorer la conception d'un personnage.



CRÉER UN PERSONNAGE N'EST JAMAIS SIMPLE. APRÈS TOUT, LES CHARACTER DESIGNERS SONT ESSENTIELS POUR CRÉER UNE PERSONNALITÉ À PART ENTIÈRE AVEC DES CARACTÉRISTIQUES VISUELLES DISTINCTES À PARTIR DE RIEN. LE PROCESSUS DE CONCEPTION DES PERSONNAGES EST INCROYABLEMENT INTENTIONNEL ET NÉCESSITE DES QUANTITÉS ÉGALES DE COMPÉTENCES ARTISTIQUES ET DE NARRATION.

UN PERSONNAGE : LARA CROFT

Lara Croft est un personnage fictif, protagoniste de la série de jeux vidéo Tomb Raider. C'est une archéologue célèbre, maline et sportive aussi connue pour ses phrases mémorables. Sa première apparition fut en 1996 dans le tout premier jeu vidéo Tomb Raider jusqu'au plus récent, Shadow of the Tomb Raider sorti en 2018. Elle est aussi l'héroïne de trois films, de plusieurs romans et comics.

Le personnage de Lara Croft est créé en 1996 par Toby Gard pour le jeu vidéo Tomb Raider alors développé par Core Design. Aujourd'hui incontestablement devenue une icône du jeu vidéo, son destin aurait pu être tout autre. En effet, au départ Lara devait être... un homme. Cependant jugé trop proche d'Indiana Jones, le projet se tourne vers la création d'un protagoniste féminin au fort charisme, bien loin des clichés habituels. Le premier nom proposé est Laura Cruz, mais la sud-américaine est vite écartée pour un nom plus proche de la culture nord-américaine ; Lara Croft.

■ UNE VIE D'AVENTURIÈRE

Lara provient d'une famille de la noblesse britannique. Alors qu'elle n'est qu'une jeune enfant, elle se retrouve seule rescapée d'un crash aérien, tragique accident où sa mère y laissa la vie. Fille d'archéologue, elle suit rapidement les pas de son père et ne tarde pas à se faire un nom chez les chercheurs de trésors, même si pour certains de ses confrères ses méthodes de « pilleur de tombes » (Tomb Raider) restent discutables. Après maintes aventures, Lara est portée disparue en Egypte mais son ancien mentor Werner Von Croy finit par retrouver ses traces. Quelques temps plus tard, ce dernier est assassiné et Lara est suspectée d'être l'auteur de ce crime. Ce n'est qu'en 2013 que les origines de la célèbre exploratrice sont enfin dévoilées ; après une expérience traumatisante, elle réveille en elle la force de se battre pour survivre.



■ UNE IDENTITÉ VISUELLE

Le soin apporté au personnage s'est amplifié au rythme des évolutions graphiques ; de Tomb Raider 1 (1996) à Tomb Raider Underworld (2008), Lara est passée de 440 à plus de 20 000 polygones. Même si dans le premier titre elle n'est pas apparente, la natte est sans doute ce qui la caractérise le plus jusqu'en 2006 où elle est remplacée par une queue de cheval. Les rangers, le sac à dos et le mini short sont aussi les premiers éléments qu'on lui associe. Au fur et à mesure des épisodes, l'aventurière se munit de nouveaux atouts comme l'équipement avec de nouvelles armes, des outils ainsi que des tenues adaptées à son environnement. Ses mouvements se multiplient eux aussi : ramper, sprinter, se balancer sur une corde, parcourir et escalader des corniches, ouvrir une porte à coup de pied, etc. Lara se trouve même des talents de funambule.

■ UN PERSONNAGE SUR MESURE

Impossible de ne pas parler des mensurations de Lara Croft. Cela fait également partie des ingrédients du succès de Tomb Raider et les développeurs n'ont pas lésiné sur les moyens. Une fameuse anecdote raconte que l'imposant tour de poitrine serait à l'origine une erreur, finalement retenue par la direction pour des questions évidentes de marketing. Ce qui est sûr, c'est que les joueurs se sont longtemps amusés à essayer de déshabiller Lara. Sans succès...

Mais Lara Croft, ce n'est pas qu'un physique. Elle est aussi reconnue pour sa grande intelligence, et sa connaissance du monde semble infinie. A travers ses aventures, on l'a vu déchiffrer des dialectes anciens, relever des défis coriaces et résoudre toute sorte d'énigmes (n'est-ce pas ?). Avec Tomb Raider on a découvert une femme forte, froide, intrépide et même parfois cruelle qui n'hésite pas à tuer si nécessaire pour poursuivre sa quête aux reliques. Miss Croft, c'est aussi une femme solitaire vivant dans un grand manoir et parcourant les quatre coins du globe pour vivre des aventures en solo. De plus, l'on s'intéresse de plus en plus à la psychologie du personnage et ses origines, mais cela correspond tout à fait au paysage actuel du jeu vidéo où la plupart des grosses licences s'intéressent de plus en plus au protagoniste. Dans la dernière trilogie en date basée sur le reboot de la licence, c'est en 2013 qu'on retrouve une jeune Lara fragile, qui n'a pas encore les capacités qu'on lui connaît aujourd'hui. Le scénario laisse le joueur découvrir comment elle en est arrivée là. A travers une quête à la recherche d'elle-même, elle va réveiller en elle une force qu'elle n'estime pas jusqu'alors.



■ UNE ICÔNE EST NÉE

Sa popularité est telle qu'on la retrouve hors du jeu vidéo. Elle fait des apparitions dans des bandes dessinées et comics et certains auteurs lui ont consacré une série complète. Elle reste ici proche de son personnage originel ; une aventurière sexy, musclée et téméraire. Seule particularité, on y découvre peu à peu son histoire familiale et sentimentale. Elle est aussi la vedette de deux films, incarnée par Angelina Jolie. Cependant, et c'est surtout le cas pour le deuxième titre, la démonstration de ses sentiments et sa liaison amoureuse l'éloigne de l'héroïne du jeu vidéo de l'époque. On la retrouve également dans des publicités, des livres, des musiques et son image est sans cesse entretenue par des mannequins officiels.



A LA FOIS FEMME OBJET ET FEMME INDÉPENDANTE, ELLE RESTE UN PERSONNAGE ÉNIGMATIQUE QUI DEVRAIT CONTINUER DE SE DÉVOILER DANS LES PROCHAINS ÉPISODES.

UNE RÉVOLUTION POUR SON ÉPOQUE

Lara Croft a marqué l'histoire du jeu vidéo. Le premier opus proposait des graphismes 3D époustouflants pour l'époque mais la vraie révolution tient au fait que le joueur puisse contrôler une femme. Cela répondait d'un côté au fantasme des joueurs masculins d'incarner un personnage féminin mais ouvrait aussi aux filles la possibilité de s'identifier plus facilement à l'héroïne.

Lara n'est pourtant pas le premier personnage féminin de l'histoire du jeu vidéo. L'héroïne de Metroid, Samus Aran, est le symbole d'un mouvement d'émancipation féminine où la femme est capable au même titre que les hommes d'atteindre des hautes performances physiques. Car bien souvent dans les jeux vidéo les personnages féminins sont relégués au second plan et correspondent à un but ou un prix. Ces personnages n'ont généralement que trois options ; être sauvées comme la princesse Peach ou Zelda (bien que cette dernière ait évoluée), incarner des dominatrices telle que Medusa dans Icarus ou encore de vulgaires alter égo de personnages masculins dont la première fut Miss Pac-Man. Mais ce que Samus Aran envisageait masquée sous son armure, Lara Croft l'expose au grand jour en incarnant à la fois une hypersexualité (ou du moins aujourd'hui une féminité), et la force, le courage de n'importe quel autre héros masculin de jeu vidéo.



■ INDIANA JONES AU FÉMININ

Inspiré par la chanteuse Neneh Cherry, par la Belle du film de Disney La Belle et la Bête, et par Indiana Jones, Toby Gard dessine une militaire sud-américaine en rangers, ajoute à ses hanches des pistolets et, à ses oreilles, des boucles en forme d'ankhs, les croix égyptiennes. Guy Miller, le directeur artistique de Core Design, la baptise Laura Cruz, puis bientôt Lara Cruz, Laura étant difficile à prononcer pour le public américain. Lara Cruz serait une archéologue devenue mercenaire, formée aux armes à feu par un père ancien major des forces spéciales britanniques.



■ DU PAPIER À LA 3D

Lara Cruz doit maintenant passer du croquis sur papier à la 3D sur écran. Elle en profite pour troquer son pantalon et son haut à manches longues pour un short court et un débardeur moulant. Lara gagne encore des lunettes de soleil et un sac à dos pour emporter ses trouvailles. Mais plutôt que son look, c'est sa façon de bouger qui impressionne ceux qui la découvrent.

Lara court, saute, dégainé ses pistolets avec aisance. Elle sait activer des leviers et même nager. Une prouesse technique. L'équipe commence à lui imaginer des adversaires, des animaux sauvages comme un loup et un ours. Toby Gard s'essaye même à modéliser un tyrannosaure, sans imaginer alors l'intégrer au jeu.

Reste le nom. « Cruz » ne sonne pas vieille aristocratie anglaise. Toby Gard cherche l'inspiration en feuilletant l'annuaire téléphonique. Ce sera Croft, Lara Croft, jeune femme brillante, diplômée en archéologie, mais en rupture avec son père. Elle a passé huit ans à parcourir le monde quand une mystérieuse société lui propose de retrouver les trois fragments d'un artefact venu de l'Atlantide. Un périple qui la conduit en Egypte et au Pérou, poursuivie par les sbires de Jacqueline Natla. Car le méchant de l'histoire... se révèle être une femme.

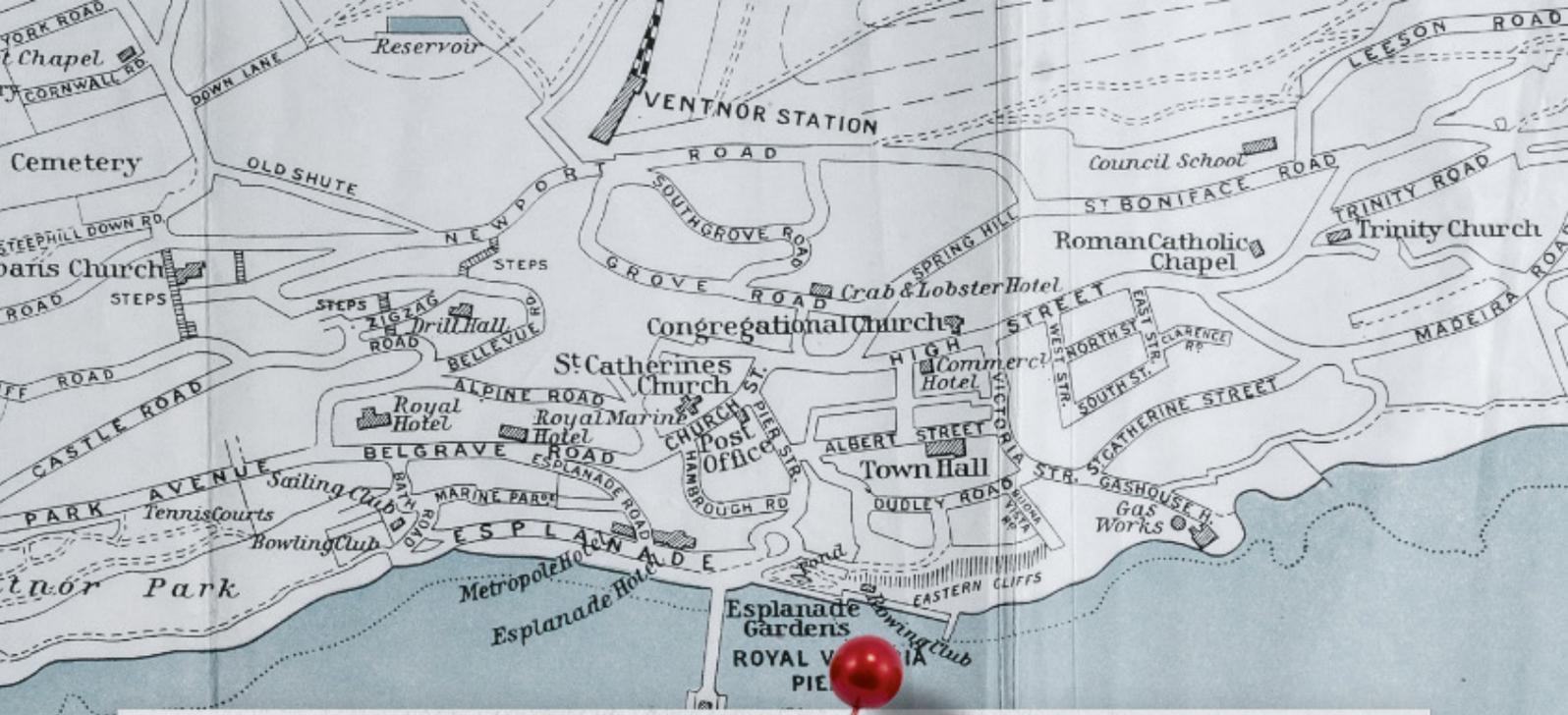
■ UNE HÉROÏNE ULTRA-SEXY

En 1996, US Gold cède Core Design à Eidos. En découvrant le projet Tomb Raider, le nouveau propriétaire a une première volonté : virer Lara pour la remplacer par un homme, supposé plus vendeur ! Mais rapidement, le département marketing change de stratégie et mise tout sur Lara, non pas sur sa force ou sa personnalité, mais sur sa silhouette. Lors de l'E3 1996, salon mondial du jeu vidéo à Los Angeles, des affiches la montrent dans des poses suggestives pendant que trois mannequins, habillées comme l'exploratrice, déambulent dans le stand d'Eidos. Le tout collera à Lara une image ultra-sexy, dont elle aura du mal à se départir. Eidos, jamais à court d'idées, demandera même au studio d'intégrer un code dans le jeu pour déshabiller Lara. L'équipe refusera.

Tomb Raider sort le 25 octobre 1996 sur Sega Saturn, puis le 25 novembre sur Sony PlayStation, accompagné d'une importante campagne de promotion, avec des spots télé en Angleterre et de la pub dans la presse spécialisée. Dans un magazine français, Lara apparaît avec son pistolet et cette phrase : « Lara [...] sera à tes côtés, mais prouve-lui que tu es un homme ». Heureusement, au-delà de la caricature, le jeu se révèle une aventure fantastique qui conduit le joueur dans des décors splendides. La presse est élogieuse et le public, conquis. Conçu par une poignée de passionnés, Tomb Raider dépasse le million de ventes dès fin 1996 et Lara Croft devient une icône.



DEPUIS 2010, SQUARE ENIX, QUI A RACHETÉ ET RELANCÉ LA FRANCHISE, A REPENSÉ L'HÉROÏNE POUR LA RENDRE PLUS FRAGILE, PLUS AMBIGUË ET SOMBRE. L'ÉDITEUR S'EST AUSSI EMPLOYÉ À GOMMER SON ASPECT ULTRA-SEXY. VINGT-DEUX ANS APRÈS SA NAISSANCE, LARA CROFT A PERDU EN POITRINE MAIS A GAGNÉ EN PROFONDEUR.



UNE AVENTURE DANS L'ÈRE DU TEMPS



QU'EST-CE QUE L'ÈRE POST-VÉRITÉ ?

L'écrivain, homme politique et diplomate français Chateaubriand expliquait dans ses « Mémoires d'outre-tombe » (1849-1850) que la vérité était une vertu inaliénable : « Ce que nous gagnons à mentir en réputation et en compétence, nous le perdons en considération ». Aujourd'hui, cela semble loin derrière nous. Ces dernières années, la « post-vérité » s'est infiltrée partout, et en 2016 l'Oxford Dictionary lui a même décerné son prix 2016 du terme le plus représentatif de l'année.

Le concept fait référence à « des circonstances dans lesquelles des faits objectifs ont moins d'influence sur la formation de l'opinion publique que les appels à l'émotion et aux opinions personnelles ». Certes, l'usage du mensonge n'est pas nouveau dans une démocratie, mais le véritable point de rupture est précisément le dépassement de la falsification de la vérité pour aboutir à une simple obsolescence de la réalité.

La vérité n'a plus d'importance car le nouvel objectif n'est plus de convaincre rationnellement le destinataire du message, mais de flatter ses instincts et de renforcer ses perceptions. Et quel meilleur outil que l'émotion pour gagner du soutien ? C'est du moins ce qu'ont montré les victoires du Brexit et de Donald Trump dans leurs pays respectifs, à la suite de campagnes calomnieuses et diffamatoires. La politique opère donc au-delà de la vérité, et les événements récents apparaissent comme des symptômes de ce que la politique est susceptible de devenir dans les années à venir.



■ UNE ARME DE CONQUÊTE

Fortes de ce succès dans le monde politique, les entreprises pourraient être tentées de s'engager sur cette pente glissante, en sautant sur l'occasion pour dire que leur succès pourrait aussi passer par le détournement de la Vérité. Certaines des start-up disruptives des deux dernières décennies ont fait de la post-vérité une arme de conquête. N'ayant rien à perdre, ces nouveaux acteurs « pirates » attisent des promesses souvent intenables. Souvent, ils épousent les prophéties de la fin d'un produit ou d'une industrie, dont le remplacement profite à leur entreprise. Dans le secteur de la santé, les annonces récentes concernant l'éradication de diverses maladies et même la mort au 21e siècle en fascinent plus d'un.

Les entreprises sont désormais prises dans un bourbier. D'une part, leur discours rationnel traditionnel est dépassé par les nouveaux représentants de la modernité, et d'autre part, ils risquent de perdre la confiance qu'ils ont réussi à établir avec leurs clients et fournisseurs en s'aventurant sur le terrain de la post-vérité.

Cependant, plusieurs scandales récents ont montré que les mensonges des entreprises semblent désormais avoir des conséquences plus graves que les politiques. Post-vérité et business ne font pas bon ménage dans un monde transparent où des réputations centenaires peuvent être défaits en quelques minutes. Mais pourquoi pardonnons-nous aux politiciens et non aux marques ?

■ DES RISQUES À LONG TERME

Un récent rapport de Market Probe International a souligné que plus de la moitié des individus pensent que les entreprises ont un rôle plus important que les gouvernements dans la construction d'un avenir meilleur. Le pouvoir et la confiance sont du côté des entreprises d'aujourd'hui, dont les ressources et l'influence sont considérées comme essentielles pour construire le monde de demain.

Si jouer le jeu de la post-vérité pour une entreprise comporte plus de risques que de bénéfices à long terme, on aurait tort de ne pas analyser ce que nous révèle ce changement de paradigme. Les studios créatifs de la licence Tomb Raider ont tout à gagner qu'à prendre en compte ce parti pris, lors du développement du prochain jeu il sera important d'être transparent sur les conditions de travail des salariés, mais également de leurs réelles ambitions. Il va falloir jouer sur une relation de confiance entreprise-consommateur après les scandales qu'ont connu d'autres studios créatifs.

Ce phénomène est bel et bien à l'œuvre dans cette relation entreprise-consommateur. La prise de décision fondée sur des preuves appliquées au marketing a conduit au développement d'arguments de vente désincarnés. Qui croit encore une publicité qui dit que « 87% des femmes ont récupéré après avoir consommé » un produit ? Cette vérité clinique imposée a contribué à éroder la confiance entre une marque et son public, tout comme elle a perdu la confiance entre les politiciens et les citoyens.

Les entreprises peuvent réagir. Il s'agit de dépasser l'opposition entre mensonge et évidence rationnelle pour s'engager dans une nouvelle voie autour de ce qu'on pourrait appeler la « vision ». L'enjeu pour la licence Tomb Raider est de mobiliser les consommateurs autour de l'image de Lara Croft, de la marque qu'elle représente, en se concentrant non pas sur ce que l'entreprise fait ou comment elle l'a fait, mais en expliquant pourquoi elle le fait.

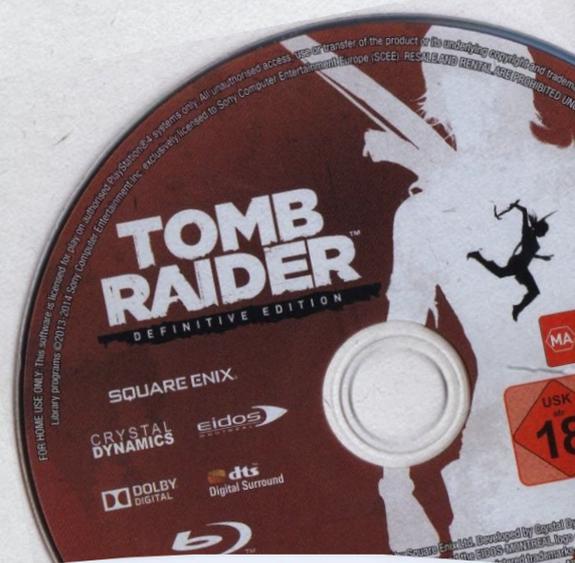
La nouvelle Lara Croft a besoin de revoir son image par rapport au regard des joueurs et surtout des joueuses : « Inspirer et devenir l'aventurière de demain ». Lorsque le joueur va prendre possession de Lara Croft, il ne va pas simplement jouer un personnage, il va développer un sentiment d'appartenance grâce à l'histoire de Lara, son image ou encore ses émotions. Être joueur de Tomb Raider, c'est adhérer à la vision selon laquelle Lara Croft peut faire émerger une nouvelle génération de féministe dans le monde du jeu vidéo.

MAIS ALORS QUE PROPOSE L'INDUSTRIE DU JEU VIDÉO POUR RÉPONDRE À CETTE QUESTION DE L'ÈRE "POST-VÉRITÉ" ?

LE DOMAINE DU JEU VIDÉO EN CONSTANTE ÉVOLUTION

Les jeux vidéo sont très populaires de nos jours, surtout après deux ans de pandémie mondiale où les gens ont été contraints de passer plus de temps à l'intérieur. Cependant, l'industrie comptait déjà pas mal de fans et de passionnés, avec plus de 2,6 milliards de joueurs vidéo dans le monde. Et ce nombre est impressionnant. Même s'ils sont situés dans différentes parties du monde, leur nombre ne cesse d'augmenter.

Cela est également dû au fait que de plus en plus de jeux vidéo sont inventés et que l'industrie est florissante. L'industrie des jeux vidéo produit des millions de dollars par an, étant l'une des plus prospères à l'heure actuelle. Il offre des emplois à de nombreuses personnes, des graphistes aux ingénieurs ou développeurs. En termes simples, l'industrie des jeux vidéo est une industrie fructueuse et prospère. De plus, les grandes entreprises du jeux vidéo ont bien compris les enjeux de l'ère "post-vérité" et souhaitent rendre leurs jeux plus réalistes que jamais, amenant le joueur à être impacté et à comprendre les réels enjeux qui l'entourent dans sa vraie vie. Les jeux vidéo représentent et se battent contre les subtilités de nos sociétés, la haine, la discrimination, le sexisme et l'homophobie encore très présents dans le monde d'aujourd'hui.



■ LE JEU VIDÉO : UNE SATIRE

Grand Theft Auto V est le parfait exemple de l'ère post-vérité dans l'industrie des jeux vidéo. La série Grand Theft Auto est une simulation macabre de la vie d'un criminel de carrière sociopathe que la personne moyenne trouverait dérangeante, dénuée de sens et ayant une mauvaise influence sur la jeunesse d'aujourd'hui. Les jeux vidéo controversés tels que Grand Theft Auto sont intentionnellement bouleversants et utilisent des scénarios dérangeants et absurdes pour attirer l'attention sur des problèmes du monde réel.

La série Grand Theft Auto n'a jamais hésité à faire polémique. Des représentations de la violence graphique et de la prostitution aux commentaires sociaux ciblant la religion et le gouvernement, la controverse et Grand Theft Auto peuvent également être synonymes. Cependant, Rockstar (studio créatif de la licence) a porté la controverse à un nouveau niveau en décidant d'inclure une scène de torture dans GTA V. Cette scène fait partie d'une mission d'histoire, ce qui signifie que le joueur est obligé de la parcourir afin de terminer le jeu. Par conséquent, chaque joueur qui a terminé GTA V a entendu ce que Rockstar avait à dire sur la torture sanctionnée par le gouvernement.

■ LE JEU VIDÉO : UN OUTIL

Celui qui a dit que tous les jeux vidéo sont stupides n'en a clairement jamais joué. Les jeux vidéo permettent de nous immerger dans des mondes virtuels interactifs et dynamiques et de revenir avec des leçons que nous pouvons emporter avec nous longtemps après avoir posé la manette. Les jeux vidéo sont l'une des meilleures plateformes pour communiquer des idées profondes. Tout d'abord, les jeux vidéo atteignent un public que de nombreuses autres formes de médias n'atteignent pas. La plupart des enfants de dix ans ne lisent pas les journaux ou ne se connectent pas aux chaînes d'informations, mais ils jouent probablement à des jeux vidéo sous une forme ou une autre.

De plus, les jeux vidéo atteignent un public à grande échelle. Grand Theft Auto V s'est vendu à 11,2 millions d'exemplaires dans les premières 24 heures après sa sortie. Trois jours après, les ventes ont dépassées le milliard de dollars, faisant de GTA V le produit de divertissement le plus vendu de l'histoire. Et pour chaque copie du jeu vendue, au moins un joueur a été obligé de réfléchir aux problèmes complexes et aux commentaires sociaux que traite GTA V. Enfin, les jeux vidéo ne ressemblent à aucune autre plateforme médiatique car ils obligent les consommateurs à jouer un rôle actif dans leur expérience. Par nature, on ne se contente pas de s'asseoir et de regarder un jeu vidéo. Un joueur doit en faire l'expérience. Pendant la tristement célèbre scène de torture de GTA V, c'est le joueur, et non un personnage statique, qui doit prendre la décision de blesser l'otage. C'est cette interactivité qui permet aux jeux vidéo d'affecter si intensément les joueurs, et cet élément interactif est unique aux jeux vidéo. Les jeux vidéo nous obligent à réfléchir.



DE NOMBREUX PROBLÈMES SONT ENCORE À RÉSOUDRE DANS LE MONDE DU JEU VIDÉO, PRINCIPALEMENT LE SEXISME. QU'EN EST-IL DE LA PLACE DE LA FEMME DANS CETTE INDUSTRIE QUI S'EST VU DEPUIS DES DÉCENNIES REPRÉSENTÉE, JOUÉE ET ADAPTÉE, PAR ET POUR LA GENTE MASCULINE ?

DES STUDIOS DE CRÉATION QUI SE VEULENT PLUS FÉMINISTE

Longtemps perçus comme un loisir majoritairement masculin, les jeux vidéo attirent de plus en plus un public féminin. Selon le rapport annuel de l'Union des éditeurs de logiciels de loisirs, la part actuelle des femmes parmi les joueurs réguliers est désormais supérieure à 51 %. Malgré le fait que les femmes soient majoritaires, elles restent largement sous-représentées en tant que personnages dans les jeux grand public.

■ UNE REPRÉSENTATION DIFFICILE DES JOUEUSES

La représentation des personnages féminins dans les jeux vidéo reflète aussi de manière récurrente un sexisme latent : de l'hypersexualisation, au stéréotype de la « demoiselle en détresse » (Princesse Peach dans les jeux Mario ou Princesse Zelda dans les jeux éponymes). Une étude de 2016 portant sur 571 jeux sortis entre 1984 et 2014 a révélé que la sexualisation des personnages féminins était à son apogée entre 1990 et 2005, puis a considérablement diminuée. L'une des raisons en est la proportion toujours croissante de joueuses dans le public cible des éditeurs.

Certaines études ont également montré que la représentation du genre dans les jeux vidéo a un impact direct sur la façon dont ils sont perçus dans la réalité. Par exemple, dans une étude menée en 2017 sur 1266 joueurs par Quantic Foundry, les résultats ont indiqué que 89 % des joueuses et 65 % des joueurs masculins considéraient la présence de protagonistes féminines dans les jeux vidéo comme extrêmement importante.

En réalité, même si cet exercice d'équilibriste reste laborieux, certains studios ont pris les devants et proposent désormais des héroïnes loin des stéréotypes, comme Naughty Dog (studio créatif) avec le personnage d'Ellie dans *The Last of Us 2*, ou bien Guerilla Games (studio créatif) avec le personnage d'Aloy dans *Horizon Zero Dawn*.



■ L'INDUSTRIE DU JEU VIDÉO RÉSISTE AU CHANGEMENT

Si la représentation des personnages féminins semble évoluer avec l'apparition de nouvelles licences plus inclusives, les métiers du jeu vidéo sont toujours aussi masculins. Même si elles représentent plus de la moitié des acteurs, les femmes sont peu présentes dans les métiers de la production (14%) et sont souvent implicitement orientées vers des métiers moins techniques. Même si les chiffres s'améliorent (en 1989, le magazine américain *Variety* estimait la proportion de femmes dans l'industrie du jeu vidéo à 3%), les progrès restent trop lents par rapport aux autres professions.

La principale raison de cette grande disparité est que les filles sont conditionnées dès leur plus jeune âge. Ce phénomène de société, connu sous le nom d'« effet Pygmalion », montre que plus nous sommes encouragés dans un domaine précis, plus notre confiance en la réussite dans ce domaine augmente. En revanche, « l'effet Golem » indique que de faibles attentes d'un individu sont susceptibles d'entraîner une baisse des performances.

Pour lutter contre ce conditionnement, la plupart des acteurs de terrain doivent faire un travail de fond, notamment dans les écoles de jeux vidéo où les femmes n'occupent que 20% des places. L'objectif principal est d'identifier les stéréotypes et les obstacles professionnels que les femmes rencontrent tout au long de leur carrière pour permettre une meilleure intégration dans cette industrie.



■ UNE MISOGYNIE ANCRÉE

Un événement récent illustre à quel point le sexisme reste ancré dans certaines communautés de joueurs. Dans le jeu *The Last of Us 2* développé par le studio américain Naughty Dog, les deux personnages jouables sont aux antipodes des standards masculins. L'héroïne, Ellie, est ouvertement homosexuelle et Abby est dépeinte à l'opposé des standards habituels de l'hypersexualisation (vêtements non genrés, muscles saillants, peu ou pas de formes). Le studio Naughty Dog, et plus particulièrement le réalisateur du jeu Neil Druckmann, a longtemps voulu changer les stéréotypes inhérents aux clichés du jeu vidéo.

Ces risques ont été bien accueillis par la plupart des gamers et des professionnels, mais une partie de la communauté, très proche des instigateurs du Gamergate, a appelé au boycott du jeu et du studio à la «propagande arc-en-ciel». Pour eux, *The Last of Us 2* n'est qu'un outil de propagande pour promouvoir des idéologies qui n'ont rien à voir avec les jeux vidéo. Et leurs méthodes n'ont pas changé depuis l'affaire Gamergate : harcèlement, campagne virale de discrédit, voire calomnie en ligne.



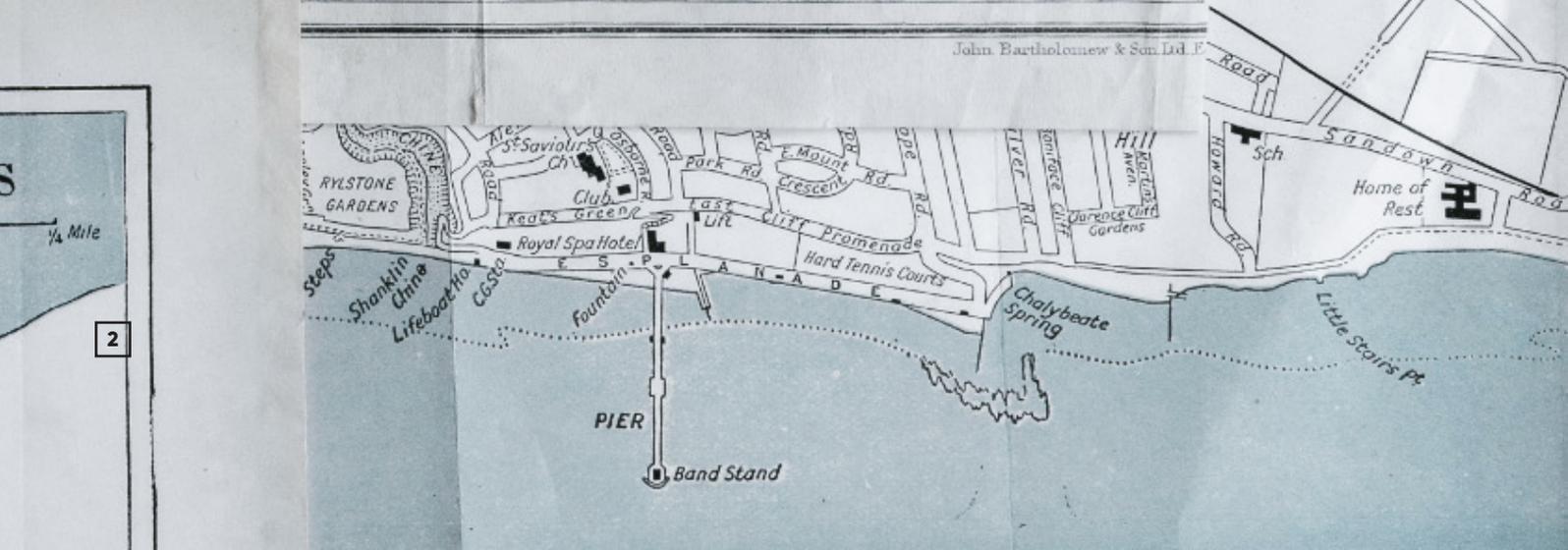
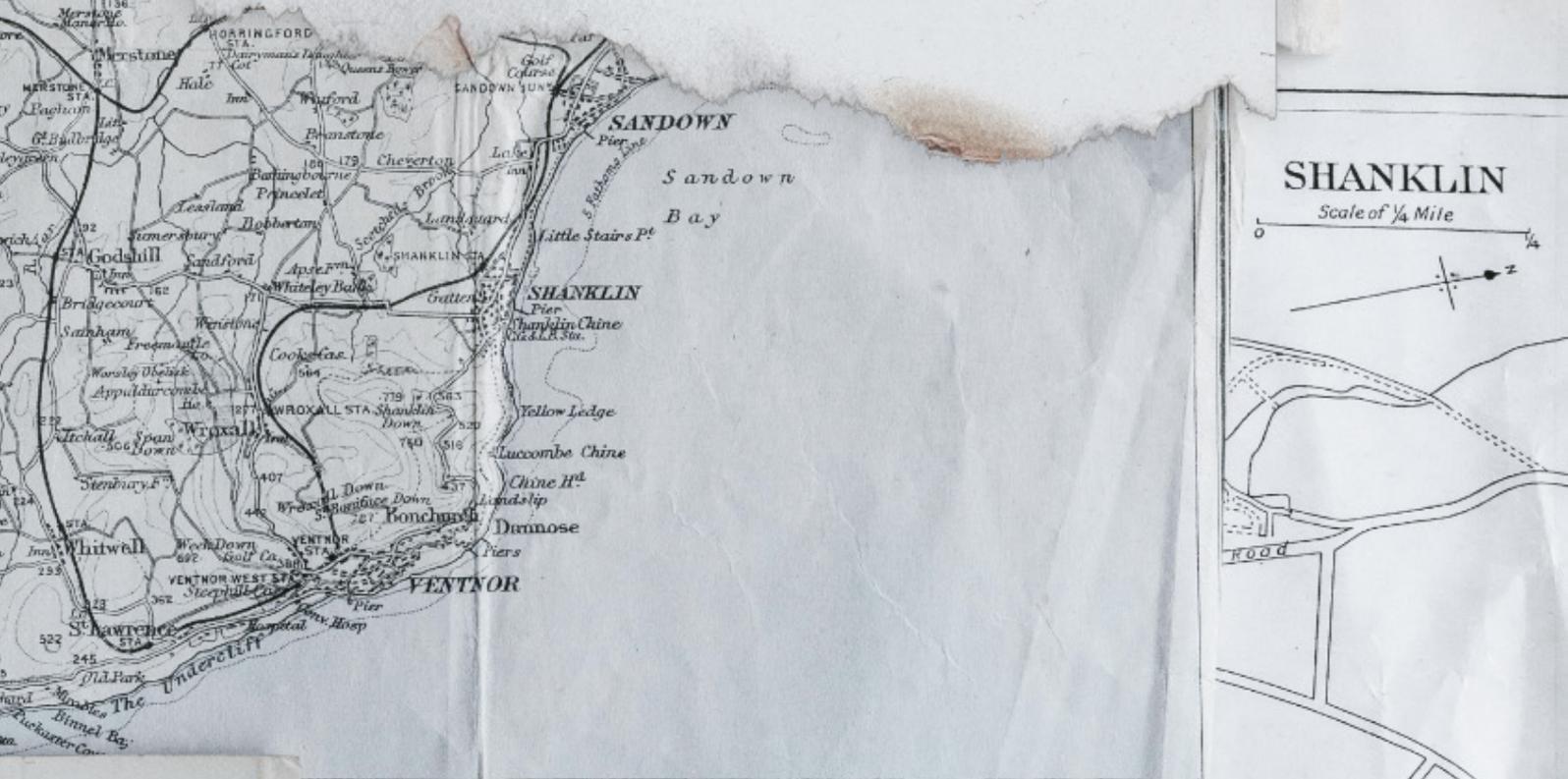
Du côté du studio Guerilla Games, c'est son personnage du nom d'Aloy qui fait très récemment polémique pour une histoire de détails "trop poussés". Aloy fait désormais partie des personnages phares du jeu vidéo. Dès le premier épisode, *Horizon Zero Dawn*, l'héroïne fait sensation. Dans le deuxième volet : *Horizon Forbidden West*, qui cartonne dans le monde entier, Aloy fait toujours montre d'autant de charisme et ses capacités au combat impressionnent encore plus, faisant d'elle un personnage plus agréable à contrôler que jamais. Mais malgré les qualités du jeu, certains se sont offusqués d'un détail particulièrement insignifiant : le titre est tellement détaillé sur PS5 que l'on peut apercevoir les poils d'Aloy. Il n'en fallait pas plus pour déclencher une stupide polémique.

Ces studio créatifs prennent le parti pris de montrer aux joueurs masculins que la femme n'est pas simplement qu'un objet de fantasme hypersexualisé. Un personnage féminin est maintenant maître de son destin, n'est pas là pour servir de faire valoir pour un personnage masculin et enfin à une histoire de fond et une apparence qui se rapproche d'une vraie femme.

QU'EN SERA-T-IL DE L'APPARENCE PHYSIQUE DE L'HÉROÏNE PRINCIPALE DE TOMB RAIDER, LARA CROFT, POUR LA SUITE DE SES AVENTURES ?



TOMB RAIDER, LA SUITE...



UN NOUVEAU VISAGE

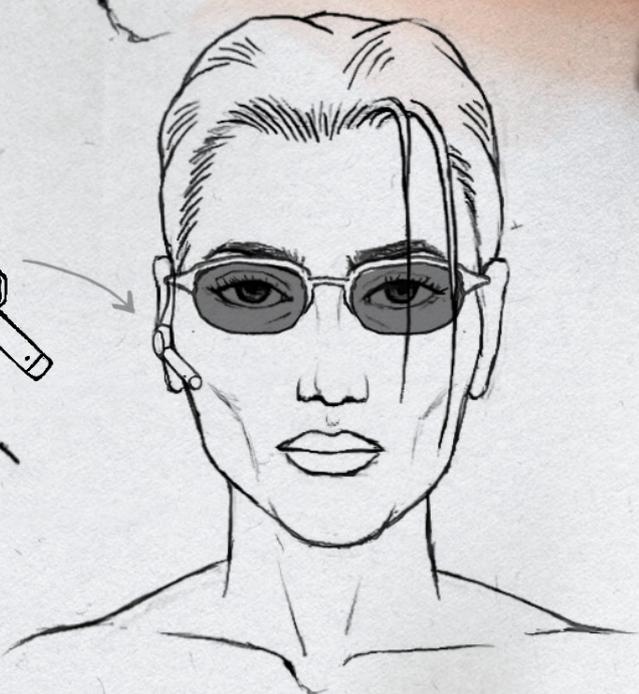
Le visage de Lara Croft n'a cessé d'évoluer au fur et à mesure des jeux et des années. Elle a notamment gagné en pixels et en réalisme jusqu'à se rapprocher, dans le dernièrement sorti *Shadow of the Tomb Raider* (2018), d'un vrai visage humain laissant percevoir toutes ses émotions. C'est désormais la technique de la motion capture qui est mise en place dans le domaine du jeu vidéo, elle permet de numériser des mouvements réels pour ensuite les intégrer. Il est donc plus simple de capturer le visage de l'acteur qui se prête à jouer le personnage du jeu vidéo, ainsi retranscrit toutes ses mimiques humaines sur un personnage en 3D.

C'est l'actrice Camilla Luddington qui représente le visage de Lara Croft de la dernière génération. C'est une actrice expérimentée, donc chaque froncement de sourcils porte sa propre nuance et sa propre signification : défi, confusion, vulnérabilité, peur. Elle a tourné dans un studio de capture faciale de Los Angeles pour son rôle de Lara Croft. Depuis le Reboot de *Tomb Raider* en 2013, Camilla Luddington a fourni la base du visage et de la voix de l'un des personnages les plus reconnaissables du jeu vidéo.

C'est après à l'artiste technique senior Jon Robins d'être chargé de rendre Lara Croft aussi humaine que possible. Elle doit ressembler à une vraie personne tout en étant une héroïne d'action. Elle doit transmettre à la fois puissance et vulnérabilité. Elle doit être visuellement et émotionnellement attrayante pour le joueur. Elle doit ressembler à la même Lara Croft que nous connaissons depuis deux décennies.

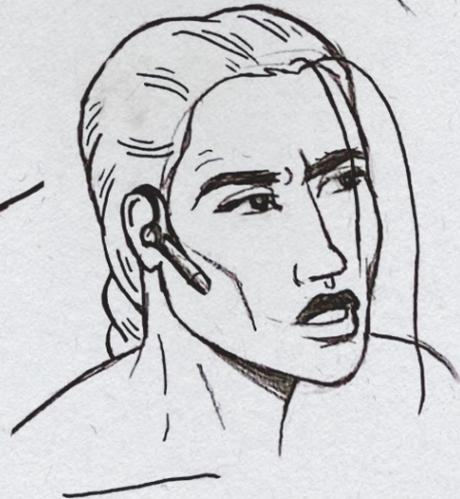
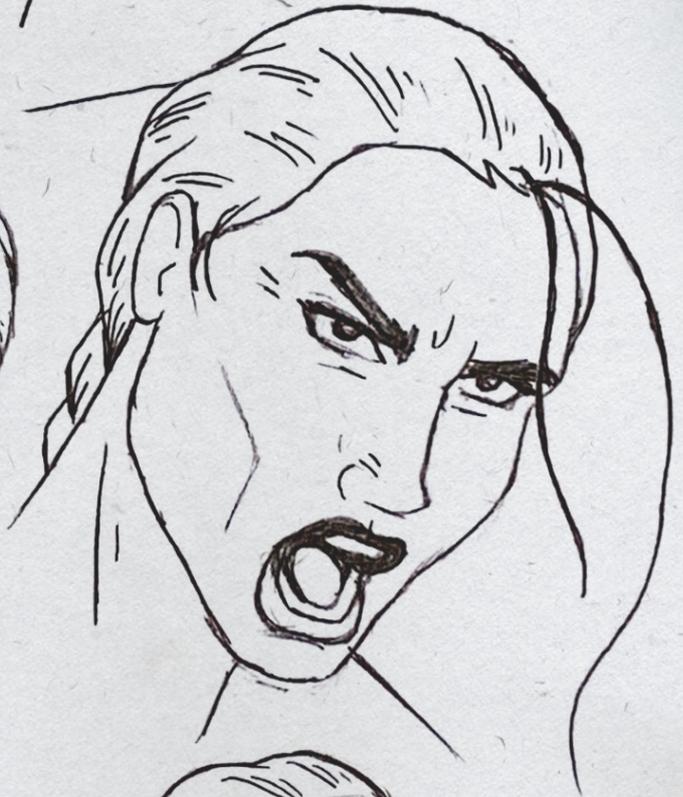
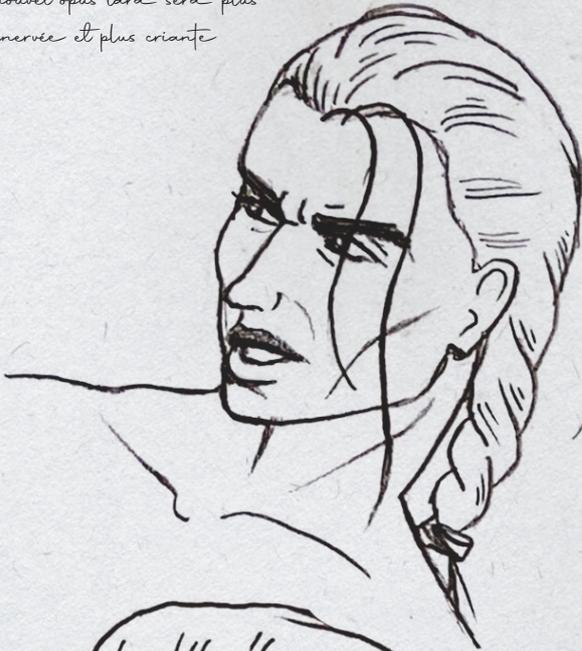
« Nous n'aurions jamais pu obtenir ce niveau d'exactitude anatomique dans le personnage auparavant »

Pour la suite de *Tomb Raider* et l'unification des jeux de Core Design et de Crystal Dynamics, le visage de Lara Croft devra donc être un subtil mélange entre celui de la Lara original (1995) et la dernière Lara (2018).





la force de son caractère va être
beaucoup plus marquée sur ce
nouvel opus Lara sera plus
énervée et plus criante



UNE TENUE EMBLÉMATIQUE

Tout comme pour le visage et comme expliqué précédemment, le corps a beaucoup évolué depuis ces premiers pixels. L'anatomie de Lara a fait couler beaucoup d'encre aux cours des décennies : hypersexualisation de la femme, tenues extravagantes, pas assez de formes dans les derniers opus de la licences... Malgré tout, Il faut savoir que le personnage a tellement fait tourner de têtes qu'elle est devenue le personnage féminin le plus connu et la plus vendeuse de toute l'histoire des jeux vidéo.

La tenue signature de Lara c'est :

DÉBARDEUR
SHORT
CHAUSSETTES LONGUES
BOTTES DE COMBAT

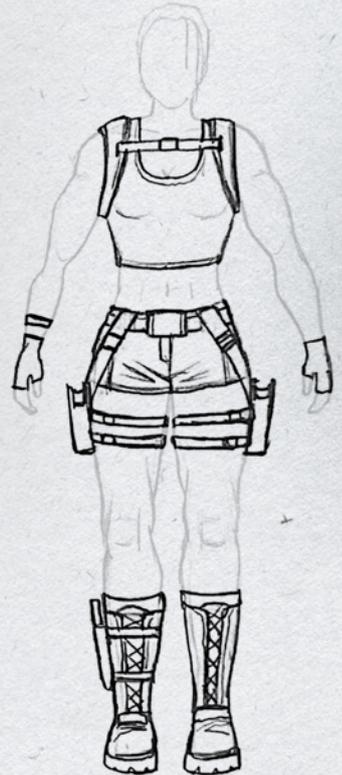
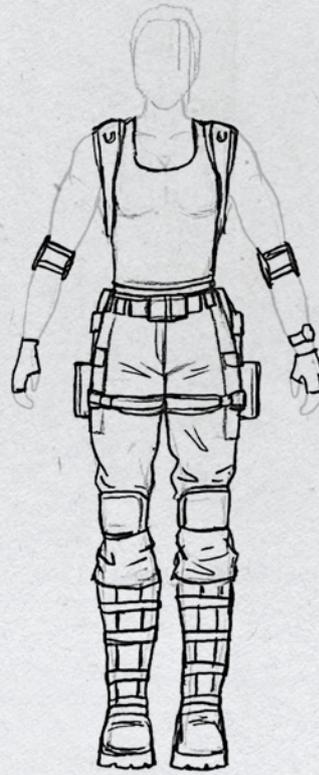
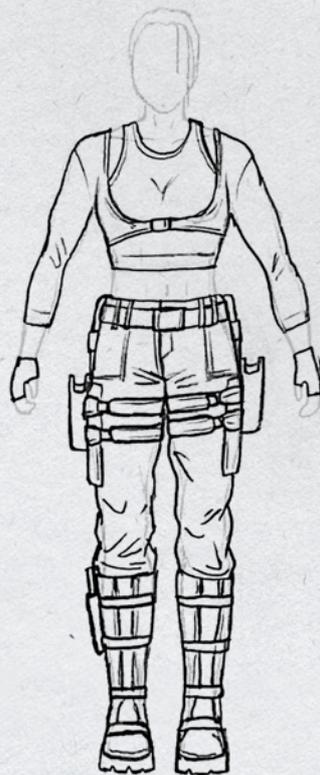
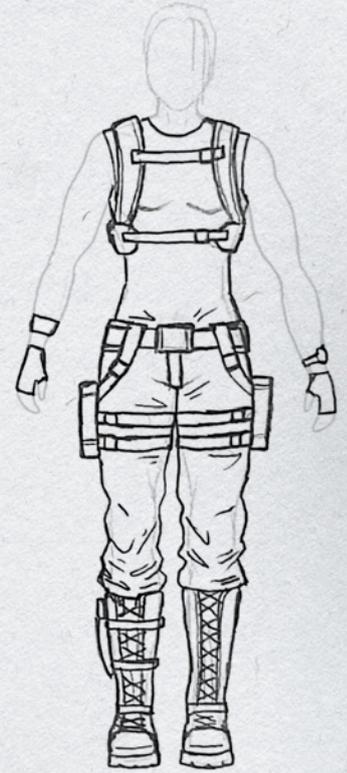
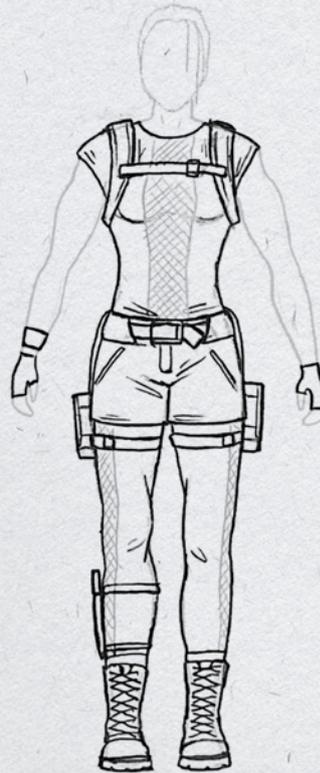
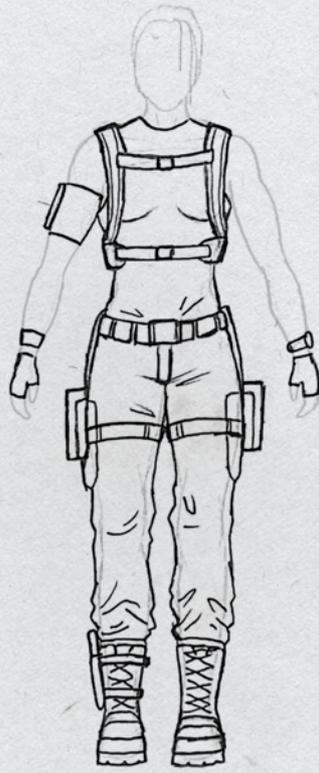
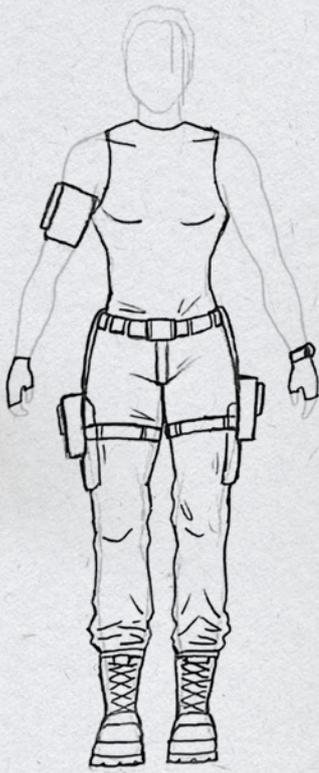
Elle a été présentée avec ces vêtements sur chaque jeu jusqu'au Reboot en 2013. Dans la plupart de ses tenues, Lara complétait toujours l'ensemble avec un sac à dos , des gants en cuir sans doigts et un type de ceinture en cuir avec une grande ou une petite boucle. Également, ce qui fait l'emblème de la tenue de Lara, ce sont ses deux holsters présents sur ces cuisses pour tenir ses deux pistolets.

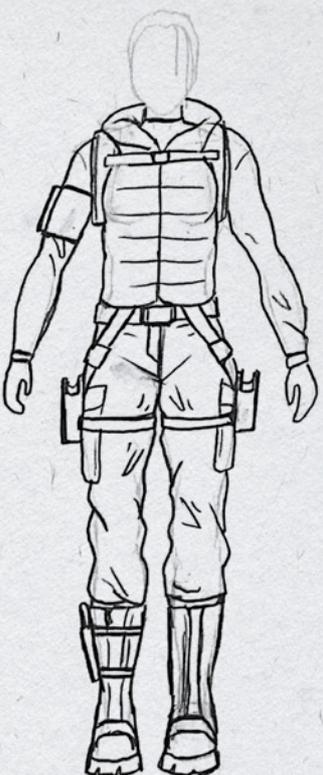
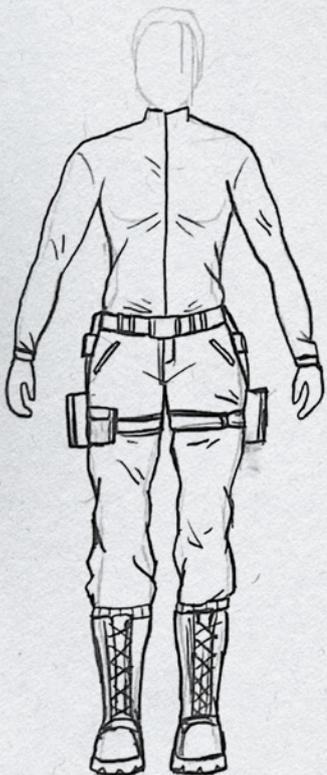
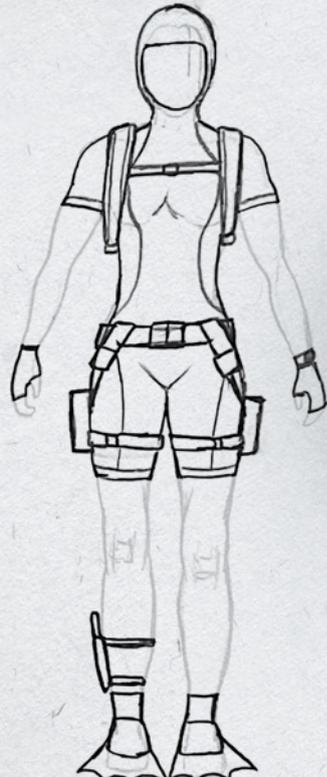
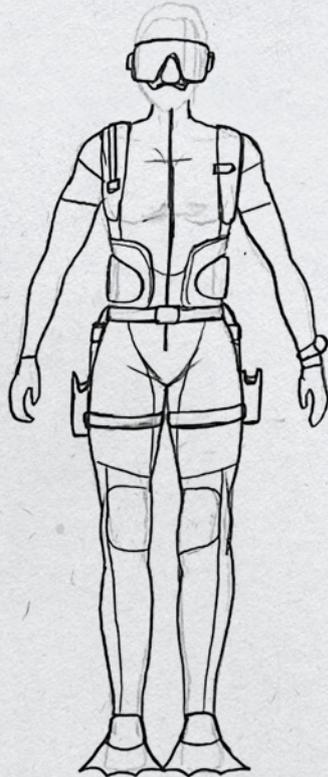
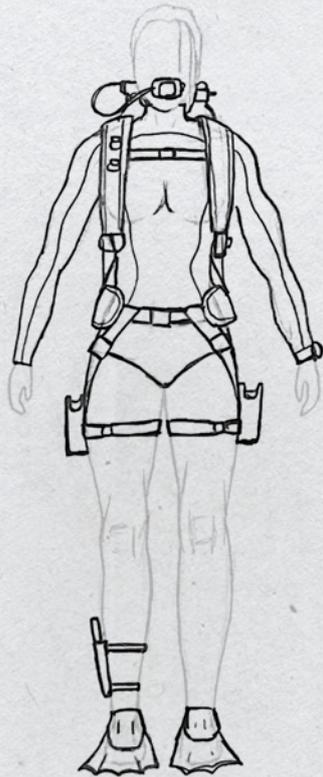
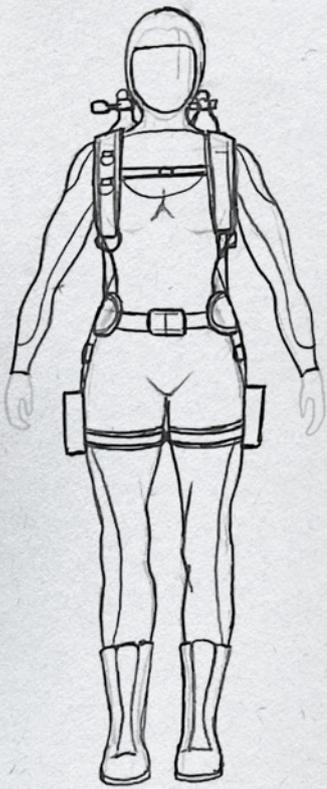
Il est encore temps de reprendre un virage à 180°. Le Reboot de 2013 qui lui aussi avait fait table rase du passé de la licence en montrant au monde une jeune Lara optant pour une tenue plus «habillée». La Lara de demain va conserver le canon de la chronologie Reboot tout en s'inspirant des codes iconiques de la première Lara. Il faudra également jouer sur le réalisme de son corps : notamment de ses muscles. Également jouer sur le réalisme de sa tenue, s'informer sur les codes des tenues d'escalade et des tenues de sport, trouver des tenues adaptées pour les zones chaudes, froides ou aquatiques, etc...

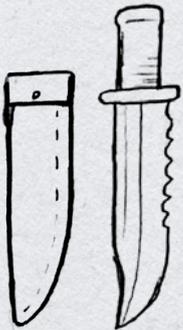
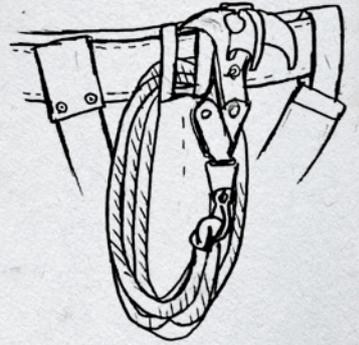
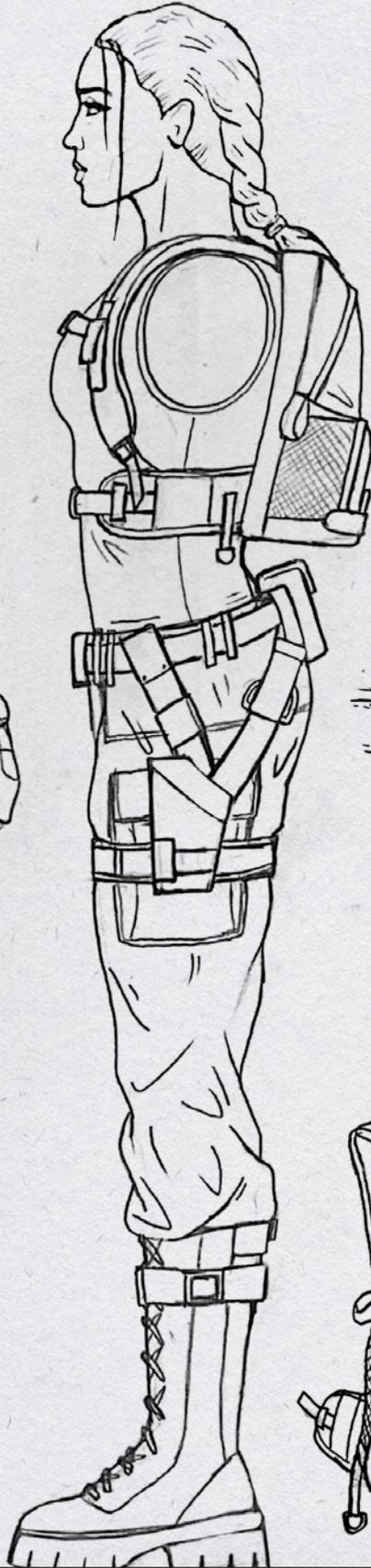
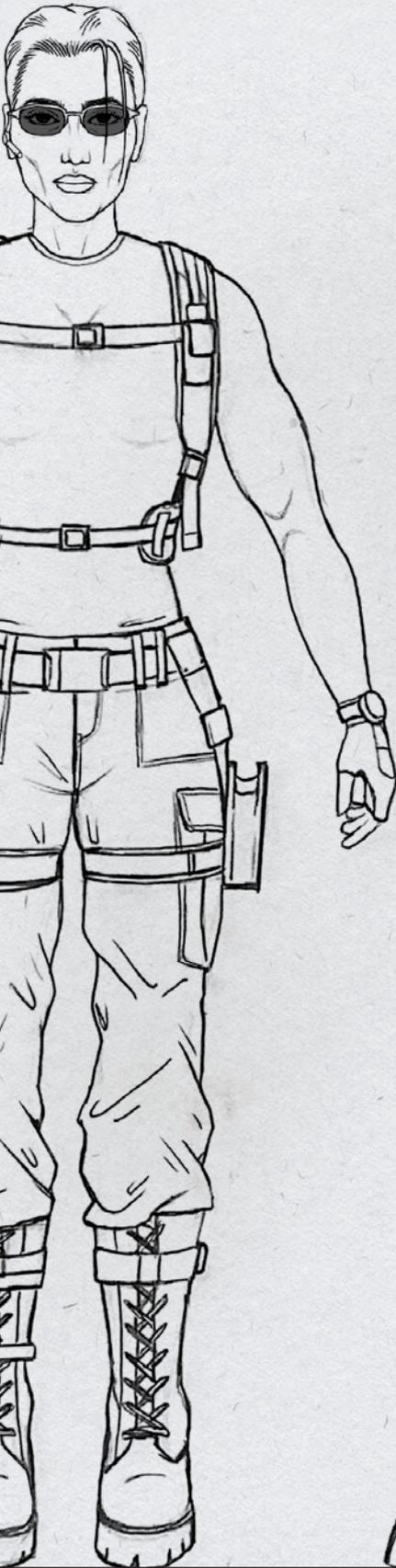
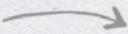
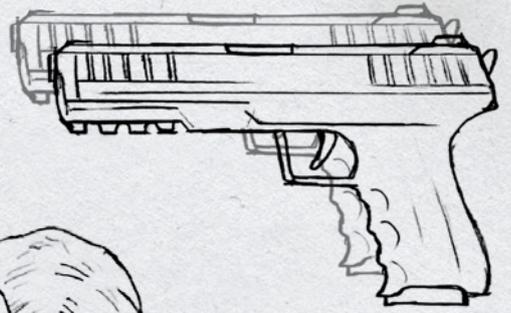
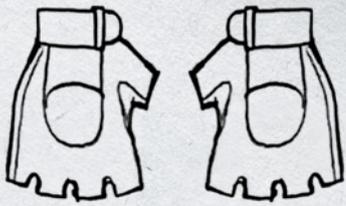




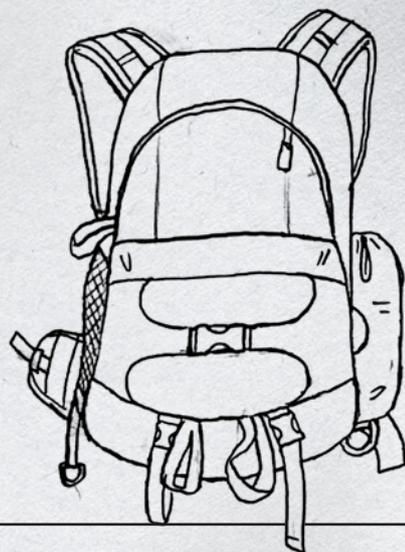
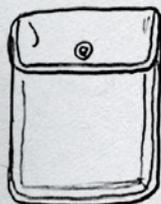
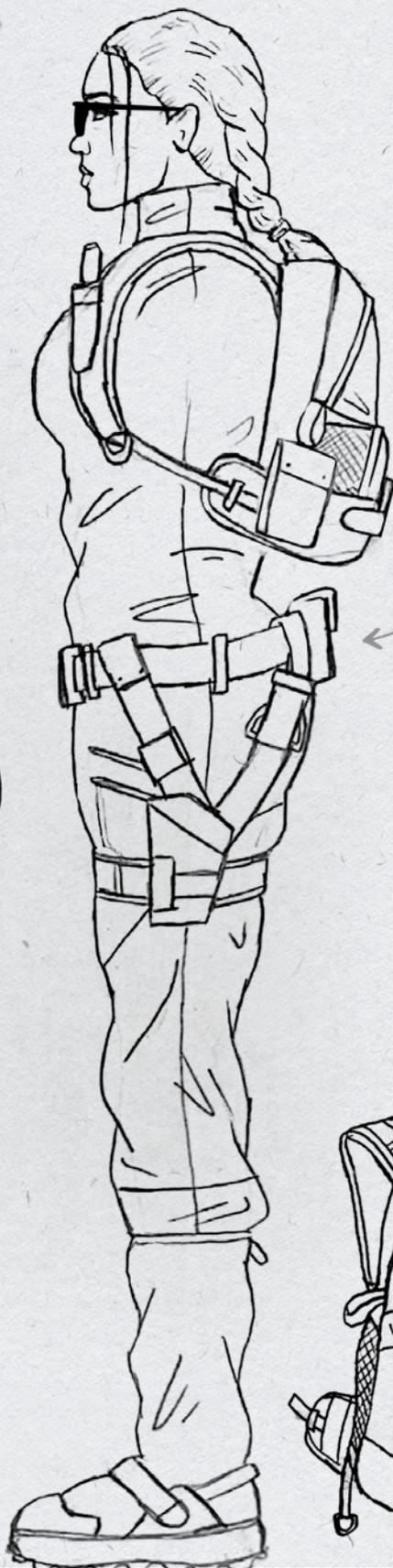
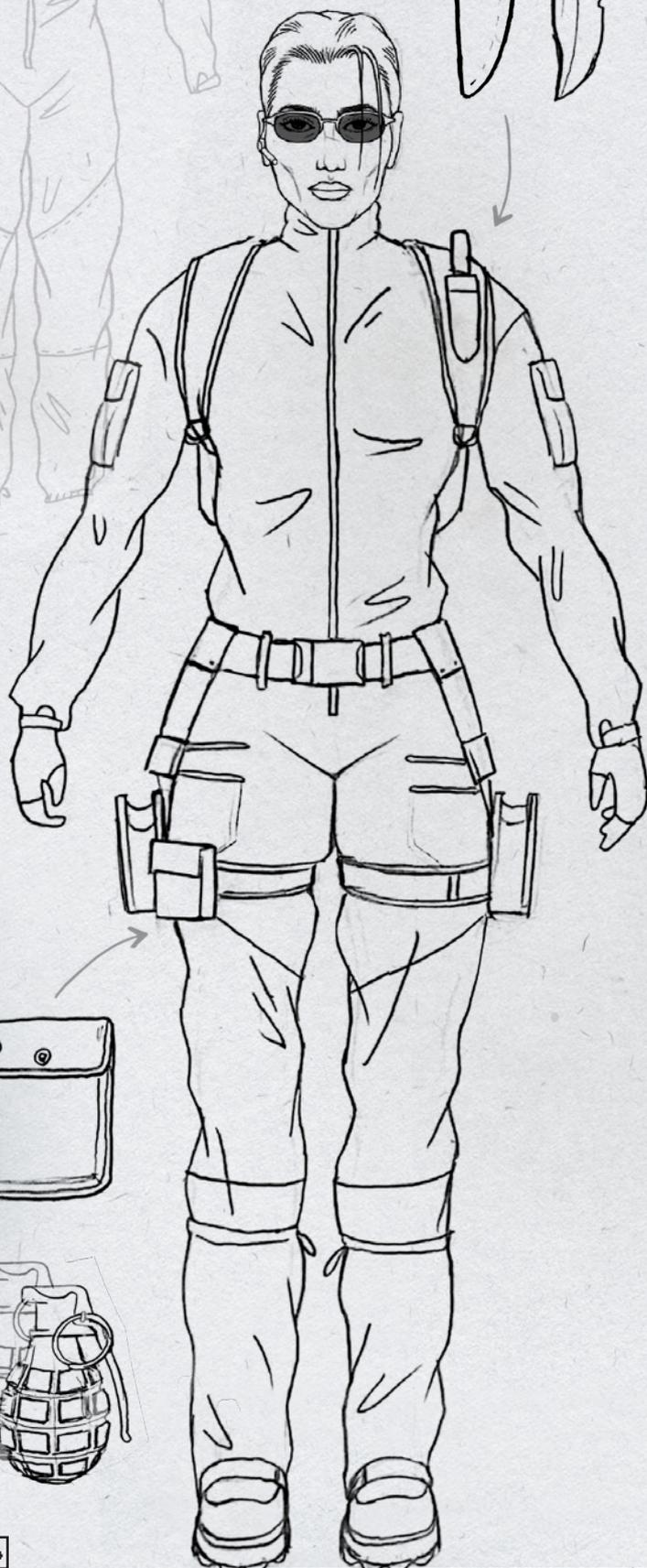
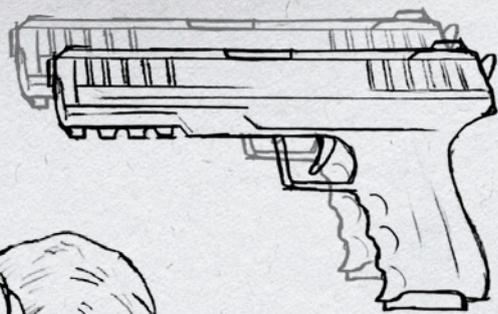
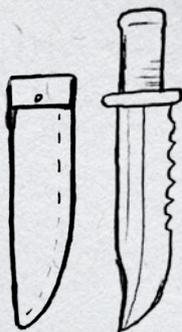
les muscles doivent être présents sur Lara et bien marqués pour montrer qu'elle fait beaucoup de sport pour l'escalade et pour se battre



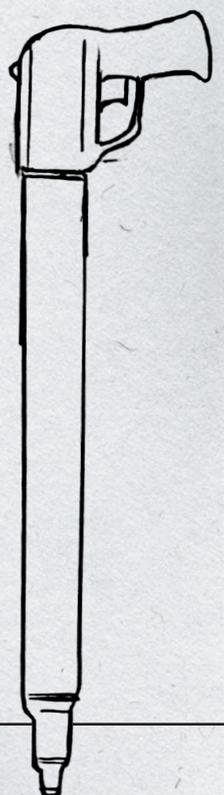
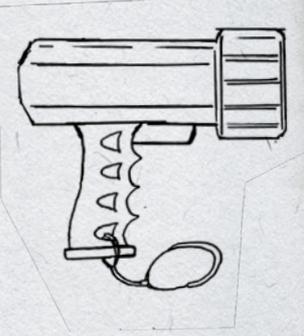
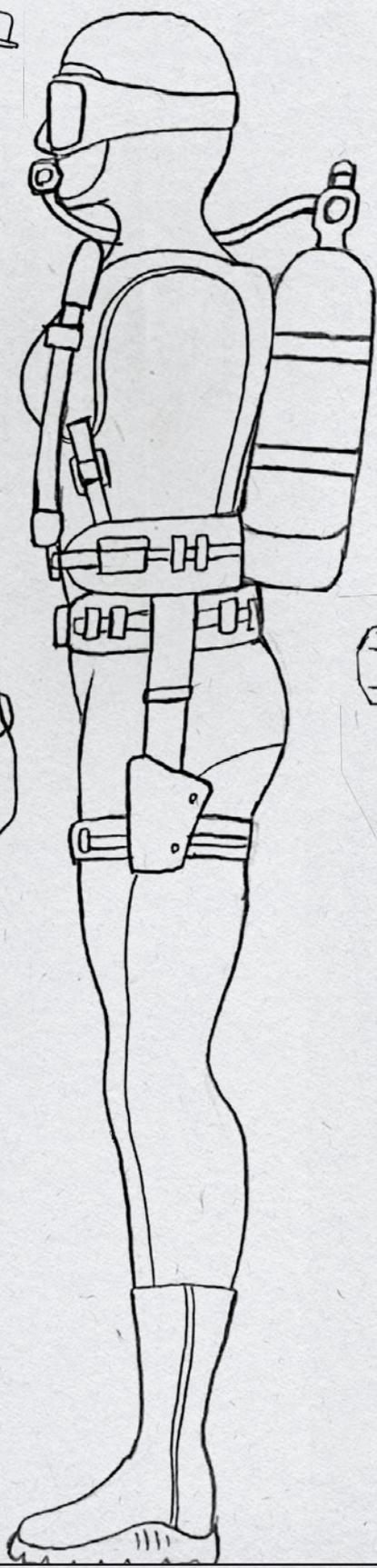
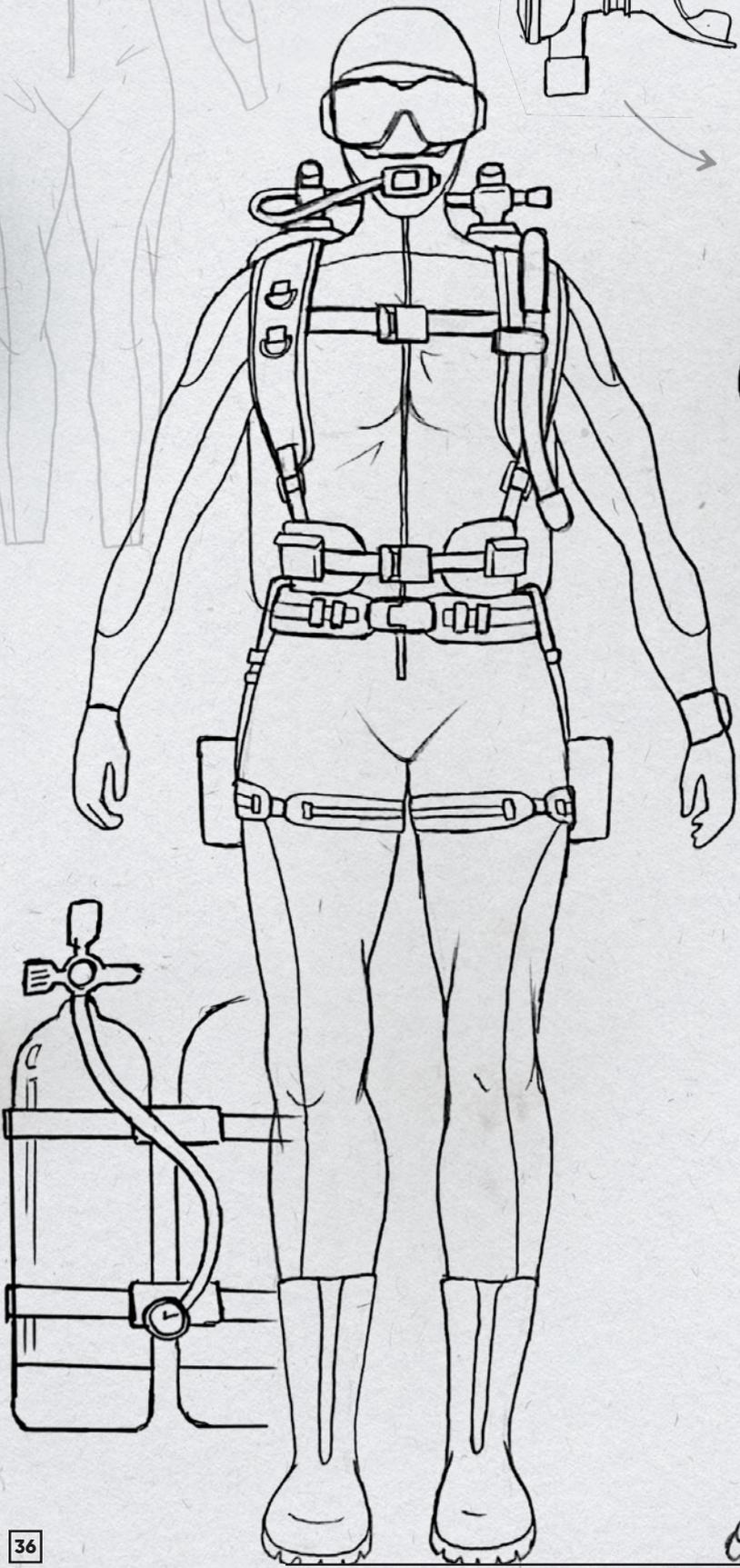
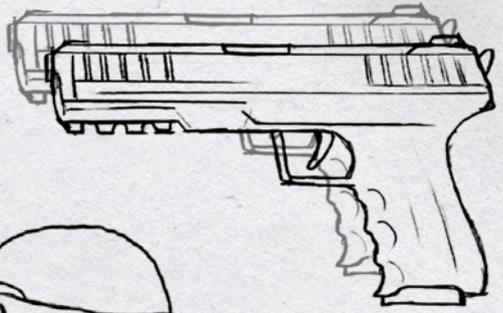














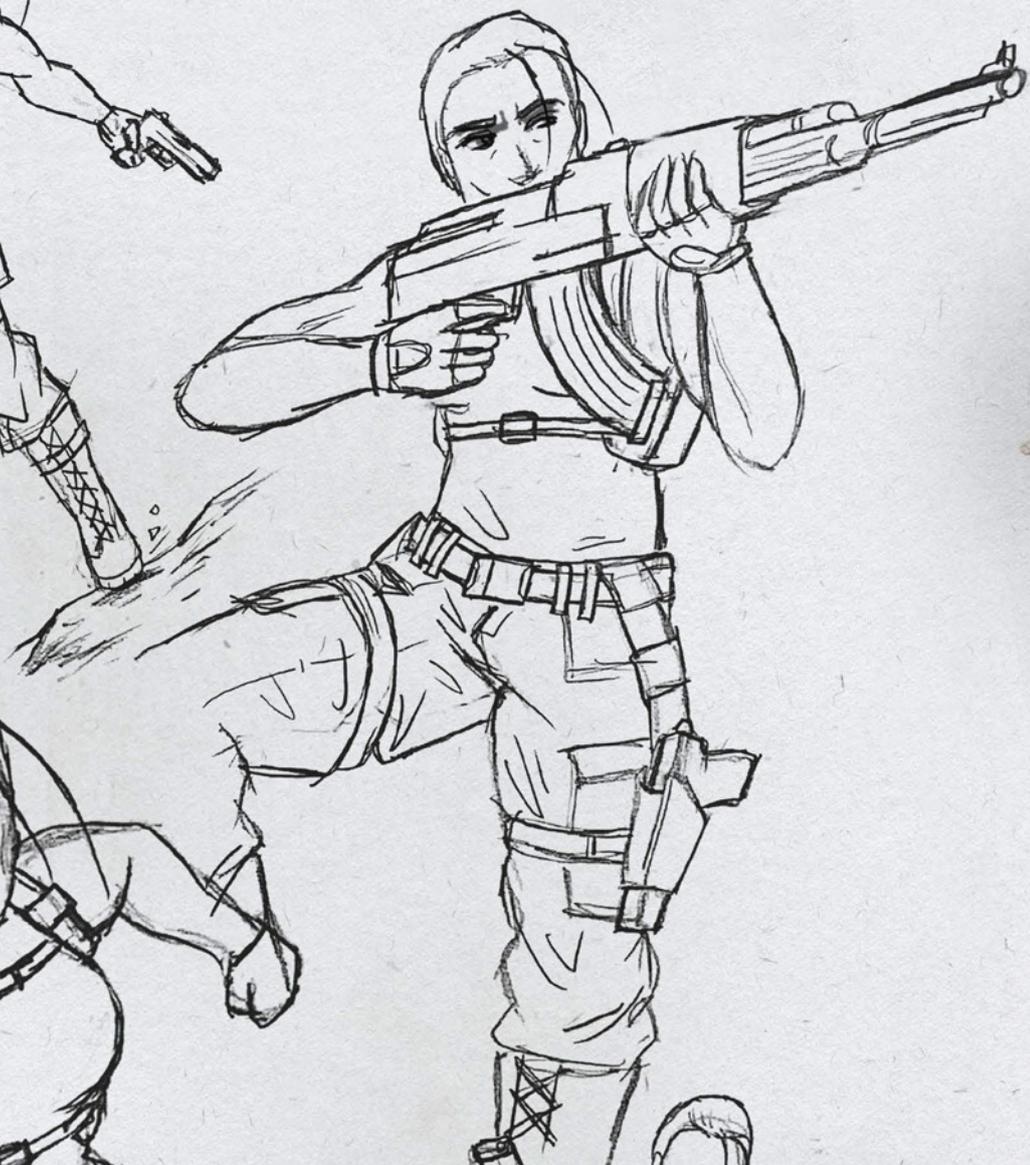
UNE POSTURE LÉGENDAIRE

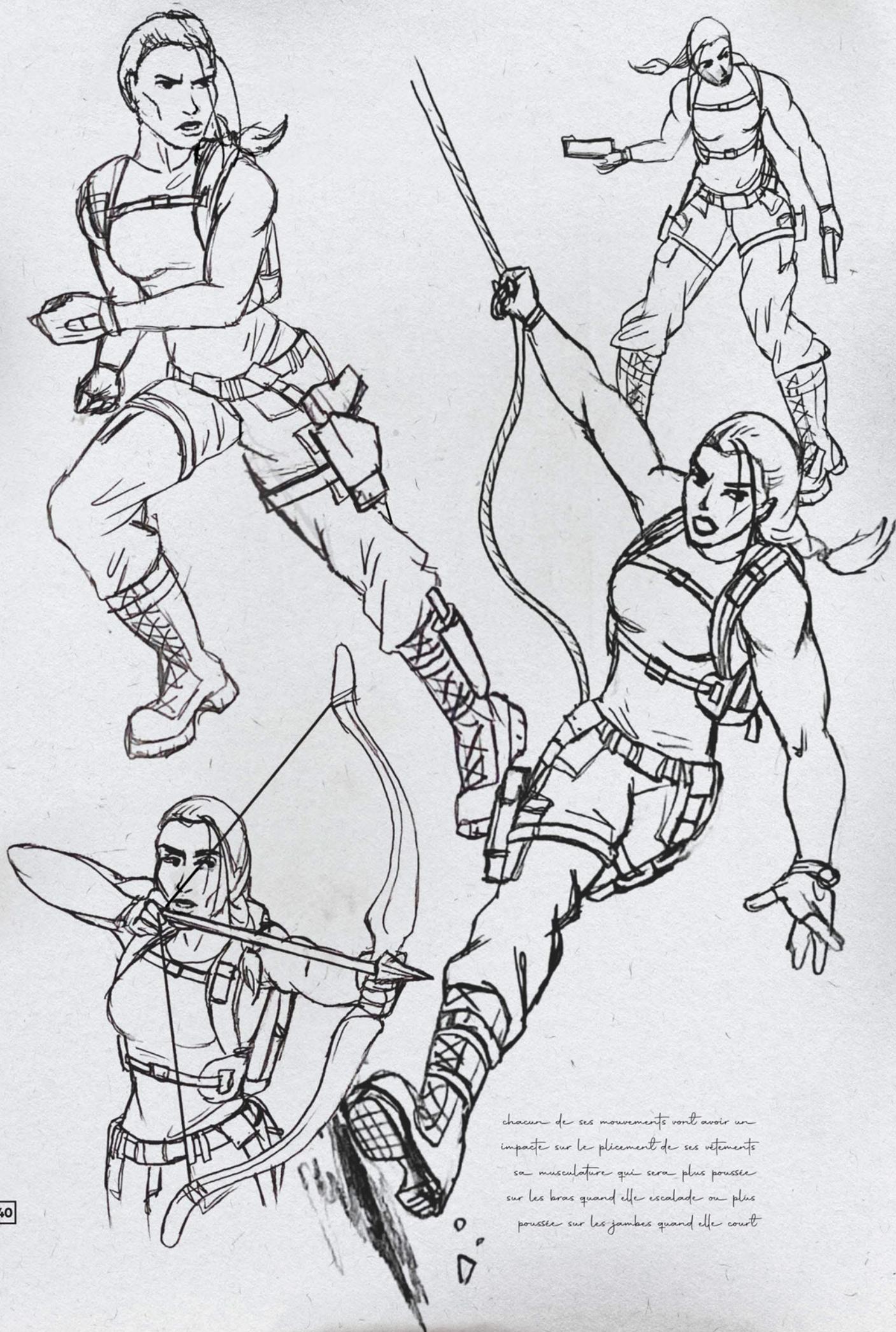
Lara Croft est avant tout une archéologue mais aussi une exploratrice aguerrie. Durant toutes ses aventures elle est amenée à gravir des nombreuses plateformes, à escalader des monts et aller contre tous horizons. En bref, elle va vivre des expériences tumultueuses qui auront des conséquences sur son physique athlétique. Bien que son visage, magnifiquement modélisé, peut aussi être abîmé par des traces de boue, poussière et de sang, il est très important que la gestuelle soit naturelle chez Lara, tout comme le niveau de détails sur les plissures de ces différents vêtements.

La nouvelle Lara a appris à survivre grâce à ses précédents opus, maintenant plus rien ne l'arrête et elle est prête à se battre. Le retour de ses deux pistolets iconiques lui permettra de manier son tir, et elle obtient également un niveau d'endurance plus élevé. Elle est devenue une « machine » et ne se laisse plus arrêter, là où la dernière trilogie la voulait plus vulnérable et moins acrobatique. Le futur de la licence Tomb Raider s'annonce explosif.

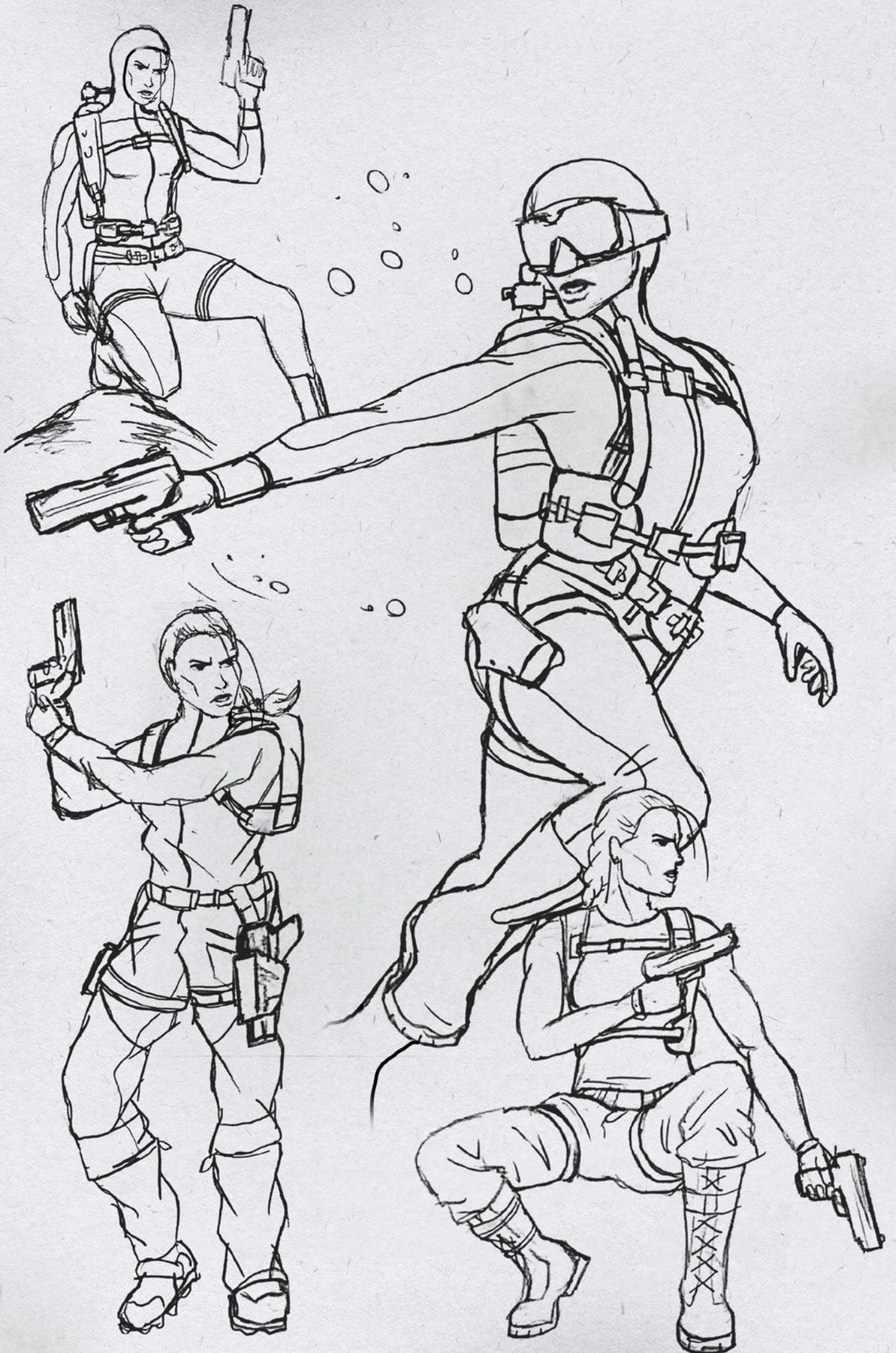
■ LARA CROFT IS BACK







chacun de ses mouvements vont avoir un impacte sur le plicement de ses vêtements sa musculature qui sera plus poussée sur les bras quand elle escalade ou plus poussée sur les jambes quand elle court



TOMB RAIDER

— A SURVIVOR'S LEGACY —



TOMB RAIDER
A SURVIVOR'S LEGACY

Pour conclure, Lara Croft va se vouloir plus forte mentalement et physiquement dans ce monde post-vérité auquel elle fait face. Le but est de re-booter une nouvelle fois cette héroïne du jeu vidéo pour repartir sur ses bases de pilleuse de tombes sans oublier son passé de survivante qui lui a valu ce nouveau caractère : légèrement plus froid et plus déterminé. Également, son nouveau corps est à l'image d'une athlète prête à surmonter toutes les épreuves qui l'attendent sans toutefois rester invulnérable aux chutes ou aux blessures. Les nouvelles techniques de motion capture rendront le personnage plus réel que jamais afin que le joueur puisse se mettre pleinement dans la peau de cette femme forte et indépendante. Son look est à l'image de sa nouvelle personnalité, reprenant son équipement signature que sont les double pistolets pour redorer l'image de la Lara Croft originale. Une nouvelle histoire et de nouvelles aventures sont encore à écrire pour la suite de Tomb Raider mais cette nouvelle identité visuelle de l'héroïne est un bon début pour cette suite tant attendue des fans. Ce prochain opus a également pour cible cette nouvelle génération de joueurs, mais surtout de joueuses, en quête d'un nouveau personnage auquel s'identifier et prendre part à son histoire. Une nouvelle aventure commence, une nouvelle héroïne se dévoile, un nouveau jeu vidéo est en marche.

