



Sébastien Goubault

## Le chien dans les jeux vidéo : archéologie, filiation et développement d'une réalité virtuelle

---

GOUBAULT Sébastien. *Le chien dans les jeux vidéo : archéologie, filiation et développement d'une réalité virtuelle*, sous la direction d'Éric Baratay. - Lyon : Université Jean Moulin (Lyon 3), 2018.

Disponible sur : <http://www.theses.fr/2018LYSE3001>

---



Document diffusé sous le contrat Creative Commons « Paternité – pas d'utilisation commerciale - pas de modification » : vous êtes libre de le reproduire, de le distribuer et de le communiquer au public à condition d'en mentionner le nom de l'auteur et de ne pas le modifier, le transformer, l'adapter ni l'utiliser à des fins commerciales.



N°d'ordre NNT : 2018LYSE3001

**THÈSE de DOCTORAT DE L'UNIVERSITÉ DE LYON**  
**Opérée au sein de**  
**l'Université Jean Moulin Lyon 3**

**École Doctorale de**  
Sciences sociales ED 483

**Discipline :**  
**Doctorat en Histoire mention histoire religieuse, politique et**  
**culturelle**

Soutenue publiquement le 17/01/2018, par :  
**Sébastien Goubault**

---

**Le chien dans les jeux vidéo**  
**Archéologie, filiation et développement**  
**d'une réalité virtuelle**

---

Devant le jury composé de :

GUILLO, Dominique	Directeur de recherche/CNRS	Rapporteur
SERVAIS Olivier	Professeur/Université de Louvain	Rapporteur
DESPRET, Vinciane	MCF/Université de Liège	Examinatrice
DELISLE, Philippe	Professeur /Lyon 3	Examineur
BARATAY, Éric	Professeur /Lyon 3	Directeur de thèse

## Table des matières

<b>Table des matières.....</b>	<b>I</b>
Résumé.....	1
Summary.....	2
<b>Introduction.....</b>	<b>3</b>
1. Du chien réel au chien virtuel.....	9
2. Écrire une histoire recentrée.....	14
3. Méthodes de travail.....	19
4. Les sources écrites, graphiques et spatiales.....	24
5. Le plan de la recherche.....	37
<b>Chapitre I. La littérature de jeunesse.....</b>	<b>42</b>
Introduction : Lire avec les bêtes.....	44
I. La révolution de la lecture.....	48
1. Les livres de l'école de la République.....	50
2. L'album historique de la littérature de jeunesse.....	52
3. L'avènement de l'animal-enfant.....	57
II. Bouillon de culture du livre de jeunesse.....	61
1. La bibliothèque rose et verte.....	63
2. Le livre numérique.....	70
III. Conclusion : Cliquer sur un nouveau chapitre.....	75
<b>Chapitre II. La bande dessinée.....</b>	<b>80</b>
Introduction : le neuvième art du chien.....	83
I. L'émergence du chien de papier.....	91
1. Du dessin de presse à l'album : une domestication réussie.....	91
2. Le chien dans la bande dessinée.....	93
II. Entre les cases : le réel et le fictif.....	96
1. Milou, un compagnon pas si imaginaire que ça.....	96

2. Le danger de l'imaginaire : un vétérinaire face à l'anthropomorphisme .....	99
III. La bande dessinée aux États-Unis et au Japon .....	103
IV. De la bande dessinée aux jeux vidéo : malléabilité et résonance.....	107
1. Du langage humain (phylactères) et de son corps .....	109
2. De l'éducation canine : du dialogue au dressage .....	113
3. De la relation entre le créateur et sa créature .....	115
V. Conclusion : La bande dessinée, un art foncièrement animal .....	117
<b>Chapitre III. Le dessin animé.....</b>	<b>121</b>
I. De l'obscurité des grottes de cinéma à la lumière des écrans plats du salon : les origines et les modernités des dessins animés et de l'animation .....	123
1. L'animation en France, aux États-Unis et au Japon.....	124
2. Géographie du DVD : l'ère numérique et japonaise .....	135
3. L'écosystème médiatique : « les produits dérivés ».....	142
II. Les animaux ont une histoire animée .....	148
1. Un bestiaire cinématographique : les animaux célèbres .....	150
2. De l'intérêt des dessins animés pour l'esprit des sciences sociales de l'animal .....	157
3. Le dessin animé entre cinéma et télévision .....	168
3.1. La production télévisuelle nord-américaine .....	170
3.2. Le studio Hanna-Barbera .....	170
3.3. Les Looney Tunes de la Warner Bros .....	174
4. Les « adaptations » : les origines du chien de dessin animé .....	175
4.1. Entre littérature et dessin animé .....	175
4.2. Entre bande dessinée et dessin animé .....	177
4.3. Entre cinéma et dessin animé .....	177
4.4. Entre jouets et jeux vidéo .....	178
III. Le chien entre réalité et animation .....	179
1. Quelle vie de chien !.....	179
2. Études de cas : Family dog, La belle et le clochard 2 et Pluto.....	185
2.1. Le chien dénigré : <i>Family dog</i> .....	185
2.2. Le chien de la belle et le clochard 2 : Scamp .....	188
2.3. Le chien de Walt Disney : Pluto.....	192
3. Par-delà le dessin animé et le jeu vidéo .....	197
IV. Conclusion : De l'ethnologie du chien de dessin.....	203

<b>Chapitre IV. L'audio-visuel.....</b>	<b>210</b>
I. Le cinéma : le septième art du chien.....	212
1. Les animaux de compagnie de la science-fiction et du cyberspace .....	215
2. Le chien acteur de cinéma.....	230
3. La voix de son maître (doubleur) : le chien de pâte à modeler .....	236
II. Le documentaire animalier .....	242
1. La chirurgie numérique : Si les lions pouvaient parler, essai sur la condition animale .....	243
2. De l'ambiguïté du documentaire animalier .....	254
3. Documentaire animalier et dessin animé.....	260
III. La publicité : entre consommation et divertissement.....	264
1. Une cartographie : le zoo, l'alimentaire et la protection animale. ....	266
1.1. L'espace animal : le jardin zoologique .....	266
1.2. Le corps animal : le lait et les œufs .....	270
1.3. La protection de la nature.....	273
2. L'animal de compagnie serait-il le meilleur spot de l'homme ?.....	274
IV. Conclusion : la culture pub du chien.....	287
<b>Chapitre V. L'album Panini.....</b>	<b>292</b>
Introduction : L'album Panini, la vignette autocollante mondiale.....	294
I. La catégorie des animaux (hors chien) .....	297
II. La vignette autocollante de l'animal de compagnie .....	303
1. Des images de cinéma, de télévision et de loisirs .....	303
2. Des vignettes d'animaux de compagnie.....	309
III. Conclusion : l'album est complet ! .....	314
<b>Chapitre VI. Le magazine de presse.....</b>	<b>318</b>
Introduction : Les origines animales de la lecture.....	320
I. Historique du magazine de la presse jeunesse .....	322
III. De l'art d'être petit, drôle, amical et mignon .....	328
III. Conclusion : Les chiens font la une des magazines .....	337
<b>Chapitre VII. Les jouets .....</b>	<b>340</b>
I. Toy story : une histoire de jouets.....	341
1. De l'Antiquité à l'ère industrielle.....	346

2. Le jouet contemporain : <i>Toy Story</i> , une histoire du jouet par les jouets .....	350
3. Les jouets à l'âge des medias : mes jouets, ces héros... ..	355
4. Les jouets des filles et des garçons.....	360
II. Pour une histoire animale des jouets .....	366
1. La peluche .....	370
1.1. Le triomphe de l'ours en peluche .....	370
1.2. L'ours vivant au miroir de l'ours en peluche .....	374
1.3. L'objet transitionnel et le jouet .....	378
2. Les poupées .....	382
2.1. La poupée Barbie .....	382
2.1.1. L'idole des jeunes filles.....	384
2.1.2. Barbie, la poupée qui « a du chien » .....	388
2.2. Les poupées : l'articulation ludique du réalisme et du rôle social .....	395
2.3. Conclusion : une poupée humaine sur La planète des singes .....	400
3. Ces figurines animales qui tiennent dans une petite main .....	402
3.1. Les figurines Polly Pocket.....	402
3.2. Les figurines mobiles Playmobil et les briques de Lego.....	404
3.3. Les figurines animales de Schleich, Papo, Ostheimer et Tiptoi .....	409
4. Le chien du quotidien : un chien augmenté et saturé .....	413
III. Conclusion : V-Tech et technologie.....	420

**Chapitre VIII. Nintendo : Un triomphe japonais..... 426**

I. L'histoire de Nintendo : l'As du nouveau jeu de cartes japonais .....	427
1. Des jeux de cartes aux jeux électroniques portables .....	428
2. La tradition de Nintendo : Des Game & Watch à la Nintendo DS .....	432
II. Le Pixel animal de Nintendo .....	437
1. Le gorille Donkey Kong : des échafaudages à la jungle .....	439
1.1. King-Kong kidnappe le jeu vidéo .....	439
1.2 La libération animale : le jeu vidéo Donkey Kong Country sur Super Nintendo .....	442
1.3. Les singes dans les jeux vidéo.....	444
2. Par-delà la nature de SEGA et la culture de Nintendo .....	446
2.1. Mario, le succès planétaire d'un homme ordinaire en danger.....	446
2.2. Culture Versus Nature : Mario Versus Sonic .....	448
2.3. La guerre des mascottes : les animaux des jeux de plate-forme des années 1990 .....	453

3. The Legend of Zelda: l'Heroic Fantasy chez Nintendo .....	458
3.1. Le cavalier et son cheval : The Legend of Zelda et ses influences historiques.....	460
3.2. Le bestiaire diffus : des montures, captures, rencontres et ennemis de l'Elf .....	463
4. Les Pokémon : Attrapez-les tous ! .....	465
4.1. Prendre le contrôle de l'animal libre et sauvage .....	466
4.2. Qu'est-ce que Pokémon ?.....	469
4.3. Pokémon Go, de la cour de récréation à la planète terre .....	476
III. Nintendo : l'internationalisation d'une culture « Made in Japan » .....	480
1. Le péril « culturel » jaune : manga, anime et jeux vidéo .....	480
2. L'animal serait-il le nouvel ambassadeur du Japon ?.....	491
2.1. Le malaise de la culture post-moderne (japonaise).....	491
2.2. Le Kawaii japonais : oh, qu'il est mignon !.....	497
3. L'actualité du Japon : Le chien est mort, vive le chat domestique !.....	498
3.1. Le « manga à chats » .....	499
3.2. L'histoire culturelle des chats au Japon .....	503
3.3. La mort du chien : l'accompagner dans la mort et faire son deuil .....	508
<b>Chapitre IX. Le chien tactile de la Nintendo DS .....</b>	<b>512</b>
Introduction : La console Nintendo DS.....	513
I. <i>Nintendogs</i> : le tamagotchi ultime ?.....	517
1. Du chien réel au chien virtuel : l'iconographie environnante .....	518
2. La structure du jeu.....	523
3. Le réel, le virtuel et le robot .....	531
II. Les <i>PetZ</i> : la gamme concurrente d'animaux de compagnie.....	536
1. Le jeu vidéo <i>Dogz</i> (2007) sur Nintendo DS .....	540
2. Le jeu vidéo <i>Dogz 2</i> (2007) sur Nintendo DS .....	548
3. Le pendant félin de <i>Dogz</i> : <i>Catz</i> , <i>Catz 2</i> et ses concurrents .....	551
4. Des animaux pouponnés.....	558
5. Les <i>PetZ</i> engagés : les lapins <i>BunnyZ</i> et les <i>HamsterZ</i> .....	562
5.1. Le lapin virtuel de compagnie (virtuelle).....	562
5.2. Les hamsters de <i>PetZ</i> : la roue virtuelle de l'infortune .....	567
6. <i>PetZ</i> ou l'adolescence au secours des animaux de la nature sauvage .....	569
6.1. Le jeu <i>Le cirque des Tigres</i> (2008) .....	569
6.2. Les jeux de dauphins : <i>L'île aux dauphins</i> et <i>Mon ami le dauphin 2</i> .....	571

6.3. La série <i>Planète nature, Au secours des animaux...</i> (2008) .....	573
III. Jouer à la vétérinaire et à l'aventurière .....	576
1. La jeune fille active d'Ubisoft : la série <i>Léa passion</i> .....	576
1.1. <i>Léa passion vétérinaire safari</i> (2009) .....	576
1.2. La clinique vétérinaire et les refuges : les jeux <i>Léa passion vétérinaire</i> (2006) et <i>Léa passion vétérinaire 2</i> (2007) .....	579
2. Le jeu vidéo <i>Trente millions d'amis, Mon refuge pour animaux</i> (2008) .....	581
3. Vendre des chiens : le jeu vidéo <i>Dogs Palace</i> (2008).....	585
IV. Du jouet au jeu vidéo de figurines .....	589
1. Les figurines interactives : <i>Littlest pet shop</i> et <i>Zhu Zhu Puppies</i> .....	589
2. La peluche interactive : l'animal de compagnie hybride <i>Eye Pet</i> (2009) .....	593
3. Les jeux de construction et les poupées vidéoludiques .....	595
<b>Conclusion.....</b>	<b>598</b>
<b>Bibliographie.....</b>	<b>604</b>



Remerciements (aboiments de joie)

En premier lieu, je tiens à remercier mon directeur de thèse Éric Baratay pour son ouverture d'esprit scientifique et sensible, sa patience, la qualité de l'histoire qu'il construit avec sagesse, savoir et ténacité, par la prise en compte du point de vue des animaux, quitte à déranger les esprits bien-pensants. Je tiens également à remercier tous les membres du Jury de la thèse et bien sûr les membres de l'IPRAZ, notamment Jérôme Michalon, Emmanuel Gouabault et Antoine Doré de permettre aux études et recherches portant sur les relations entre les humains et les animaux de se construire de manière mutuelle, par l'organisation de journées (Genève, Lyon, Grenoble, etc.) et la diffusion (courrier électronique) de l'actualité scientifique. Une pensée toute particulière va à Marion Vicart pour sa thèse canine de sociologie. Des rencontres réelles m'ont également impressionné par la rigueur et la sincérité qui émanaient des personnes. Je pense à Jocelyn Porcher, Catherine Rémy, Christophe Blanchard, Dominique Lestel, Alexis Blanchet et Fabienne Duteil-Ogata. De manière plus générale et plus indirecte, je remercie les chercheurs hommes et femmes pour leurs travaux sur lesquels je me suis appuyé, que ce soit pour m'en rapprocher ou m'en distancer. Ma reconnaissance se dirige également aux nombreux amateurs sans lesquels la culture illégitime le resterait. Plus personnellement, mes pensées se dirigent vers les étoiles de ma propre constellation constituée de ma mère, ma femme et notre fils, mes chiens et du vide. Concrètement, je remercie chaleureusement ma femme pour son soutien mental et son soutien affectif, ma mère pour ses encouragements et mon fils pour son exubérance. J'ai une pensée toute particulière pour mon ami de toujours Benjamin Martin pour son accompagnement sur le long terme et ses remarques fécondes, pour mon ami et correcteur chirurgical Konstantin Hein – un homme qui rêve de son chien – dont le travail conséquent de relecture et l'intérêt réel pour mon travail ont été très précieux et pour Alexander Krahmer, le sociologue philosophe le plus francophone de Iéna, lecteur et admirateur de Balzac, Walter Benjamin et Louis Sébastien Mercier. Je remercie aussi le professeur Alain Deligne, spécialiste de la caricature, de m'avoir parlé avec enthousiasme de Tintin et Milou, Daumier, Rousseau et Schopenhauer ainsi que mon amie Pauline Wolf pour ses corrections et encouragements postaux. Enfin, je remercie Marianne et Erika Haller, Magdalena Requin de m'avoir soutenu de manière logistique ainsi que les collègues de travail dont l'indifférence totale ou le soutien m'ont accompagné et fortifié.

Mes derniers remerciements sont destinés aux chiens. Ce travail leur est entièrement destiné.

## Résumé

Cette thèse a pour objet d'étude un sujet : les chiens. Après le phénomène des tamagotchis, la sortie du jeu vidéo *Nintendogs* en 2005 a créé un animal inédit : le chien virtuel « réaliste ». En tant que nouveau loisir, les jeux vidéo représentent aujourd'hui une industrie internationale puissante au croisement des arts d'une culture populaire : la bande dessinée, l'animation, etc. Plus généralement, la révolution numérique en cours dans nos sociétés témoigne de la place centrale des écrans et de la communication.

Comment ces médias ont permis de redéfinir nos rapports aux chiens, ont influencé et éduqué notre perception du « genre animal », allant jusqu'à lui conférer une toute nouvelle dimension est la question soulevée par cette thèse. Nous avons eu recours à un large éventail de références médiatiques, allant du grand au petit écran, en l'occurrence du cinéma à la Game Boy, en passant par la publicité, des classiques de la littérature à l'album de vignettes autocollantes Panini, en passant par la bande dessinée, des œuvres célèbres dans le monde entier aux œuvres méconnues. Les multiples représentations du chien nous annoncent l'avènement du chien virtuel.

En somme, le but est de comprendre l'histoire de l'illusion du mouvement, de l'illustration des livres à l'interaction avec un animal virtuel : faire l'archéologie du chien des jeux vidéo. Écrire une histoire du chien où la réalité et la virtualité s'entremêlent.

**Mots clés :** chien - chat - animal de compagnie - mignon - anthropomorphisme - histoire contemporaine - mondialisation - sociologie - anthropologie - littérature de jeunesse - presse - bande dessinée - dessin animé - Walt Disney - cinéma - télévision - jouet - ludique - enfance - Japon - jeux vidéo - tamagotchi - manga - Nintendo - virtualité - interaction - nouvelles technologies.

## **Summary**

The topic of this doctoral thesis are dogs. After the Tamagotchi phenomenon, the release of the video game *Nintendogs* in 2005 created a new animal: the “realistic” virtual dog. As a new leisure activity, video games represent today an internationally influential industry, which is situated at a crossing point with popular art culture: comics, animation etc. More generally, the digital revolution our societies are currently witnessing shows the importance of monitor screens and of communication.

The central question of this thesis is how these media have come to redefine our relationship to dogs and to influence our perception of animals in a completely new dimension. A large inventory of references of different media was used going from cinema to Gameboy via publicity, from literary classics to Panini sticker albums via comics, from oeuvres which are famous all over the world to oeuvres which are usually not considered as such. The numerous representations of dogs in these domains announce the advent of the virtual dog.

In conclusion, our objective is to understand the history of the illusion of movement, of the relationship between books and virtual animals, i.e. to trace the archaeology of dogs in video games. To write a history of dogs in which reality and virtuality are no longer clearly separable.

**Key-words** : dog - cat - pet - cute - anthropomorphism - history - globalization - sociology - anthropology - literature - press - comic book - cartoon - Walt Disney - cinema - television - toy - fun - childhood - Japan - video game - Tamagotchi - manga - Nintendo - virtuality - interaction - new technologies

Introduction

## **Introduction**

## AVERTISSEMENT

NINTENDO<sup>®</sup> DOGS est un divertissement interactif qui met en scène des chiots. Dans le monde totalement imaginaire de NINTENDO<sup>®</sup> DOGS, les chiots ne grandissent pas et ne deviennent jamais des chiens adultes. Ils sont dociles, affectueux et répondent facilement à vos sollicitations.

Cependant, les véritables chiots sont des êtres vivants dont le caractère et le comportement peuvent être complètement différents de ceux des chiots de NINTENDO<sup>®</sup> DOGS. Lorsque vous vous occupez d'un véritable chien ou que vous le dressez, assurez-vous de bien comprendre sa personnalité et ses réactions ; souvenez-vous que vous êtes totalement responsable de sa survie et de son bien-être.

Veillez consulter les autres membres de votre famille avant de décider d'élever un véritable chien.<sup>1</sup>

---

<sup>1</sup>Livret (mode d'emploi) disponible dans la boîte de jeu *Nintendogs* (2005), p. 42.

## Introduction générale

Le 7 octobre 2005

À cette date, la sortie du jeu vidéo japonais Nintendogs en Europe a propulsé les chiens dans une nouvelle niche médiatique : le jeu vidéo. Tout est dans le nom. Il a suffi d'ajouter les deux lettres *g* et *s* à celui du géant mondial du divertissement Nintendo pour que le chien, jusque-là très discret au sein du media interactif, devienne virtuel. Vitrine promotionnelle, cette simulation canine ludique d'un nouveau genre avait l'objectif de démontrer de manière éclatante les spécificités inédites de la console Nintendo DS sortie en 2004<sup>2</sup>. La machine portable possédant deux écrans dont un tactile, a proposé une interaction de proximité entre le joueur et le jeu vidéo. L'intégration d'un microphone, de boutons, d'une croix directionnelle et d'un stylet avec lequel le joueur agit directement sur l'écran tactile de la console a engagé une interaction vidéoludique inédite. En jouant à Nintendogs, le joueur tient la console dans ses mains, interagit directement avec son chien virtuel et lui parle. Plus qu'un jeu, il semblait que Nintendo venait de créer une relation humain-chien d'un genre nouveau.

La console de jeux la plus vendue au monde propose à ses utilisateurs un animal virtuel. L'animal - un petit chien - est beaucoup plus perfectionné que les « tamagoshis » apparus dans les années 1990, et les interactions avec lui sont beaucoup plus complexes : il peut être caressé par écran tactile interposé et, si son propriétaire s'en occupe suffisamment bien, il répond à l'appel en son nom en se dirigeant vers le devant de l'écran.<sup>3</sup>

En effet, contrairement aux jeux vidéo traditionnels, les chiens de Nintendogs se démarquent des logiques interactives habituelles. La recherche de la victoire et du score nécessite une concentration et une décharge émotionnelle qui en appelle aux réflexes du joueur. Dans les jeux vidéo, la tension consiste à ne pas perdre de vie (leur nombre est limité), à progresser dans les niveaux, à gagner la partie ou à vivre des « expériences » intenses dans des mondes ouverts imaginaires ou « réalistes ». Le jeu vidéo Nintendogs se démarque diamétralement de cette tradition par l'absence d'une structure repérable, d'une fin ou d'un objectif à atteindre. Le temps de jeu est également plus maîtrisable puisque le joueur a la capacité de sauvegarder à chaque instant, et donc de se désengager du chien virtuel. Le jeu atypique Nintendogs est

---

<sup>2</sup>La signification de Nintendo DS est *Nintendo Dual Screen*.

<sup>3</sup>Serge Tisseron, « De l'animal numérique au robot de compagnie : quel avenir pour l'intersubjectivité ? », dans *Revue française de psychanalyse*, n° 75, 2011, p. 149–159, ici p. 149.

centré sur la simulation d'interactions de base. Le principe du jeu est à la portée de chacun : il s'agit d'adopter un chien et de s'occuper de lui. Il est demandé de le nourrir, de jouer avec lui, de prendre soin de son hygiène, de se promener, de le caresser, de lui apprendre des tours et de le faire participer à des concours. Le joueur est seul avec son animal virtuel dont la qualité de la simulation a, à elle seule, fait augmenter les ventes de sa nouvelle console de jeu. La quête de l'illusion de la vie qui anime les cultures humaines s'est matérialisée en un jeu vidéo interactif dans lequel il n'est question de rien d'autre que d'interagir avec « son » chien de pixels situé derrière l'écran : l'illusion devient presque réelle et palpable, un peu comme si l'animal était vivant et sensible. Le trouble aurait-il été semé dans nos interactions réelles avec les chiens et nos représentations du vivant ?

La tension entre le chien réel vivant et le chien virtuel constitue le cœur de la production de Nintendogs, comme de sa promotion et réception dans la presse. L'illusion du chien redéfinit l'élasticité qui le lie au chien vivant. Il est répété que l'expérience de ce jeu est presque aussi agréable que la réalité, les crottes et les mauvaises odeurs en moins. Sa qualité n'est pas seulement d'être un chien virtuel, elle est encore de se confronter au vivant. Le mode d'emploi officiel du jeu nous l'indique. Comment l'interpréter ? S'agit-il d'une simple mesure de précaution visant à se prémunir des critiques envisageables portées à l'intention de l'entreprise Nintendo sur sa responsabilité dans la confusion potentielle du chien vivant avec celui de pixel ? S'agit-il plutôt de l'annonce officieuse par Nintendo de son succès dans la transposition du chien vivant dans un jeu vidéo ? L'entreprise déposerait-elle un brevet sur la création non d'un quelconque animal mais d'un chien « réaliste » d'un nouveau genre ? Comment interpréter la distinction faite par Nintendo entre le chien véritable et le chien interactif de divertissement ? Pour mieux saisir ces chiens virtuels, un retour sur l'histoire des jeux vidéo est programmable.

Avant le 7 octobre 2005

Historiquement, la présence du chien dans les jeux vidéo est épisodique. C'est en ce sens que le média de l'interactivité se différencie de la littérature de jeunesse, de la bande dessinée ou du dessin animé. Historiquement, les jeux vidéo renvoient communément à des univers dans lesquels les chiens ne trouvent pas une place à la mesure de celle qu'ils détiennent dans nos sociétés. Ce médium, créé dans sa forme moderne il y a moins d'un demi-siècle, est sur la

voie de la légitimation, au statut de « dixième Art »<sup>4</sup>. Ses icônes mondiales sont implantées dans notre imaginaire collectif - nous pensons logiquement à Pac Man, Donkey Kong, Mario, Sonic, Pokémon ou encore à Lara Croft<sup>5</sup> - de même que les jeux « classiques » qui constituent ce qu'on pourrait qualifier de patrimoine vidéoludique de l'humanité : Space Invaders, Tetris, FIFA, Call of Duty, Final Fantasy, les Sims, Metroid, MetalGear, Street fighter, Minecraft, World of Warcraft. Les jeux vidéo sont principalement représentés par les jeux de sport, notamment de tennis et de football<sup>6</sup>, de guerre<sup>7</sup>, de courses, de plates-formes, de combat, de tir à la première personne, des Puzzle-Game et des jeux multi-joueurs en ligne (World of Warcraft, Dark Age of Camelot). C'est pourquoi énoncer « l'immense spectre ludique que recouvre le medium »<sup>8</sup> serait impossible et inadapté tant le medium jeu vidéo « est pensé le plus souvent comme un étonnant mélange des genres : à la rencontre du livre, du film, du loisir voire même de l'art »<sup>9</sup>. Le jeu vidéo serait-il dès lors un media insaisissable et impossible à définir ? Le savoureux dialogue imaginé par Mathieu Triclot entre le philosophe grec Socrate et l'icône mondiale du jeu vidéo Mario se termine sur une base de définition :

- Socrate : Donc, nous pouvons dire cela : Il y a dans les jeux vidéo de grandes expériences qui ont un air de famille. Pas une seule d'ailleurs : jeux de tirs, de stratégie, simulations, jeux de gestion, plates-formes, jeux de rôle, etc. On ne joue pas de la même manière. Tout cela s'est bricolé au fur et à mesure de l'histoire des jeux.

- Mario : Des expériences avec un air de famille ? Voilà bien un critère extrêmement flou pour définir les jeux vidéo.

- Socrate : Parce que tu as mieux, peut-être ?<sup>10</sup>

Les genres vidéoludiques de ces « expériences avec un air de famille » dont la résonance dans le monde n'a cessé de croître, renforce l'incongruité du jeu Nintendogs. Les chiens virtuels de Nintendo sont hors-cadre et ne sont pas du tout concernés par les polémiques qui secouent le medium quant à l'omniprésence de la violence, son imaginaire politique non démocratique<sup>11</sup>

---

<sup>4</sup> Daniel Albin, *Jeu vidéo - Le dixième Art*, 2014, 52min (documentaire audio-visuel).

<sup>5</sup> Vannina Micheli-Rechtman et Margherita Balzerani, « Corps contemporain, postmodernité et jeux vidéo. Le syndrome de Lara Croft », dans *La clinique lacanienne*, n° 14, 2008, p. 135-147.

<sup>6</sup> Tony Fortin, *Football stories*, Châtillon, 2009.

<sup>7</sup> *Id.*, *La guerre*, Châtillon, 2008.

<sup>8</sup> Sélim Ammouche, « Le jeu dans le jeu », dans Gilles Brougère (éd.), *Penser le jeu. Les industries culturelles face au jeu*, Paris, 2015, p. 25-41, ici p. 26.

<sup>9</sup> Vincent Berry, « Et si le jeu vidéo n'était qu'un jeu ? », dans Gilles Brougère (éd.), *Penser le jeu. Les industries culturelles face au jeu*, Paris, 2015, p. 43-67, ici p. 44.

<sup>10</sup> Mathieu Triclot, *Philosophie des jeux vidéo*, Paris, 2011, p. 12.

<sup>11</sup> John Crowley, « L'imaginaire politique des jeux vidéo », dans *Critique internationale*, n° 38, 2008, p. 73-90.



et ses conséquences néfastes prétendues sur les jeunes des sociétés post-modernes comme le crime, l'addiction ou l'isolement social<sup>12</sup>. Le sens de l'existence des chiots virtuels est fonctionnel : le divertissement et le plaisir. Au premier abord, ce jeu vidéo hors-cadre serait à rapprocher du jouet japonais créé par Aki Maita, une jeune employée du géant du jouet japonais Bandai, alors en grande difficulté financière : le tamagotchi. Créé en 1994, ce « petit œuf mignon » qui est un jeu électronique porte-clés connaît un succès phénoménal dès sa mise sur le marché au Japon (1996), aux États-Unis et en Europe (1997) : « En 1998, 40 millions de pièces sont vendues dans le monde : un des plus gros succès commerciaux de ces dix dernières années ».<sup>13</sup> Le but de ce jouet électronique, lui-même inspiré du jeu vidéo de simulation *Creatures* (1996)<sup>14</sup>, est de prolonger au maximum la vie des animaux virtuels à l'écran par l'activation de huit icônes : santé, nourriture, toilette, soins, éducation, jeux, lumière et agenda. La grande particularité du tamagotchi est de mourir. En effet, lorsque le joueur ne répond pas à ses manifestations sonores diurnes et nocturnes lui rappelant ses obligations, l'animal virtuel tombe malade, déprime et meurt. Une tombe apparaît sur l'écran. Selon l'anthropologue et psychologue Sherry Turkle, la mort virtuelle du tamagotchi serait source de deuil :

Avec les tamagotchi, nous commençons à voir des enfants être en deuil pour des vies artificielles. Ils ne les pleurent pas comme ils pleuraient une poupée, preuve que les Tamagotchi ont franchi un nouveau seuil. Les enfants insufflent eux-mêmes la vie dans leurs poupées. Mais avec les Tamagotchi, ils entrent dans un monde où les objets ont, à leurs yeux, leurs propres buts, leurs propres besoins et leurs propres désirs. Ils pleurent la vie de feu leur Tamagotchi.<sup>15</sup>

Phénomène international, le feu des Tamagotchi mortels de Bandai avait créé un incendie de polémiques autour de l'emprise estimée que cet animal avait sur ses propriétaires. À l'opposé, le jeu vidéo Nintendogs n'en a créé aucune. Les chiens virtuels, comme nous le verrons dans le chapitre consacré aux jeux vidéo, ont été récompensés par Peta et jugés pédagogiques par le vétérinaire comportementaliste canin Claude Béata.

---

<sup>12</sup> Michel Nachez et Patrick Schmoll, « Violence et sociabilité dans les jeux vidéo en ligne », dans *Sociétés*, n° 83, 2003, p. 5–17.

<sup>13</sup> Bruno Girveau et Dorothée Charles (éd.), *Des jouets et des hommes*, Paris, 2011, p. 105.

<sup>14</sup> Dans le jeu vidéo sur ordinateur *Creatures* (Warner Interactive), des œufs éclosent et donnent naissance à des créatures desquelles le joueur doit s'occuper (nourrir, protéger, apprendre un langage). Ces *Creatures* naissent, se reproduisent et meurent à l'écran.

<sup>15</sup> Sherry Turkle, *Seuls ensemble. De plus en plus de technologies de moins en moins de relations humaines*, Paris, 2015, p. 68.

## 1. Du chien réel au chien virtuel

La ville moderne, conçue selon un modèle qui privilégie le végétal à l'animal<sup>16</sup>, est un modèle urbain qui instaure un contrôle strict et violent sur les chiens et chats<sup>17</sup>, après avoir remplacé l'importante traction animale par le moteur<sup>18</sup> et vidé ses murs et tueries des encombrantes bêtes d'élevage portant désormais atteinte aux nouvelles sensibilités. Les relations complexes entre les animaux d'élevage et les humains faites de violence, de partage et de vie commune, après avoir alimenté les révolutions agricoles et industrielles, se sont distendues jusqu'à mettre en péril la survie même de cette union<sup>19</sup>. Les abattoirs sophistiqués industriels des temps modernes sont apparus et opèrent la mise à mort très loin des regards!<sup>20</sup> Aujourd'hui, lavés du sang des bêtes, c'est le ventre rempli de viande et de produits laitiers<sup>21</sup> que les citadins se promènent en ville en compagnie de leurs chiens attachés à la laisse, portant ou non une muselière.

Les seuls animaux à avoir survécu à l'épuration de l'espace public semblent être les chiens en laisse, en plus de la faune « invasive » ou locale plus difficilement contrôlable. Maîtrisés, la ville et le chien ne le sont pourtant pas encore définitivement. Citons la diabolisation politico-médiatique des Pitbull dans les années 1990 analysée par Jean-Pierre Digard<sup>22</sup> ou l'errance le long des métropoles européennes et des villes moyennes de France (Montpellier, Rennes) des « sans-abri à chiens » étudiée par Christophe Blanchard<sup>23</sup> et Lillian Borocz<sup>24</sup>. Citons l'errance indésirable des chats - par exemple dans les cimetières<sup>25</sup> -, le vol d'animaux et la mendicité alimentée par un important trafic d'animaux<sup>26</sup> ou la très grande quantité de désagréments laissée sur les trottoirs par la société anthropocanine en promenade évoquée par Dominique

<sup>16</sup> Nathalie Blanc, *Les animaux et la ville*, Paris, 2000.

<sup>17</sup> Damien Baldin, *Histoire des animaux domestiques XIXe-XXe siècle*, Paris, 2014.

<sup>18</sup> Éric Baratay, *Le point de vue animal*, Paris, 2012.

<sup>19</sup> Jocelyne Porcher, *Vivre avec les animaux. Une utopie pour le XXIe siècle*, Paris, 2011 ; *Id.*, « Histoire contemporaine d'un cochon sans histoire », dans *Revue de MAUSS*, n° 23, 2004, p. 397-407.

<sup>20</sup> Catherine Rémy, *La fin des bêtes. Une ethnographie de la mise à mort des animaux*, Paris, 2009.

<sup>21</sup> Florence Burgat, *L'humanité carnivore*, Paris, 2017 ; Fabrice Nicolino, *Bidoche. L'industrie de la viande menace le monde*, Paris, 2009.

<sup>22</sup> Jean-Pierre Digard, « La construction sociale d'un animal domestique : le pitbull », dans *Anthropozoologica*, n° 39, 2004, p. 17-26.

<sup>23</sup> Christophe Blanchard, « Ce que les noms des chiens des sans-abris révèlent de leurs maîtres », dans *Anthropozoologica*, n° 50, 2015, p. 99-117.

<sup>24</sup> Lillian Borocz, « Les punks à chien et les marginaux à chien », dans *Empan*, n° 96, 2014, p. 130-136.

<sup>25</sup> Yves Laporte, « Les chats du Père-Lachaise, contribution à l'ethnozoologie urbaine », dans *Terrain*, n° 10, 1998, p. 37-50.

<sup>26</sup> Nathalie Truche, *Chiens, Chats : Un trafic en or*, Paris, 2012.

Guillo<sup>27</sup>. L'exemple des chiens Pitbulls est éloquent quant à la construction sociale du chien et l'apport de l'histoire dans la justesse des analyses en sciences humaines et sociales<sup>28</sup>. Chien diabolisé, le Pit-bull était un chien populaire outre-Atlantique jusqu'à la seconde guerre mondiale. Ils étaient « des symboles nationaux si aimés que l'un d'entre eux, Pete the Pu était la mascotte de la série pour enfants « Our Gang » (1922-1938), diffusée dès 1954 sous forme de show télévisé, *The Little Rascals*, vendu à plusieurs chaînes et reprogrammé pendant plus de vingt ans »<sup>29</sup>. Cette représentation a été inversée dans les années 1980 aux États-Unis lorsque ces chiens furent associés aux populations urbaines pauvres, notamment noires. Une preuve est que dans la dernière version cinématographique (2014), le fameux cercle foncé qui entourait l'œil gauche du chien a été gardé, mais placé sur un chien acteur Jack Russel !

Mais qu'en est-il des villes japonaises modernes du XXI<sup>e</sup> siècle ? Qu'en est-il de Kyoto et de Tokyo ? Les Japonais ne vivent-ils qu'en compagnie de tamagotchi et de chiens virtuels ? Malgré l'impact sur les sociétés du célèbre tamagotchi dont les ventes perdurent jusqu'à aujourd'hui, l'origine de Nintendogs, tout comme celle du tamagotchi, est à rechercher du côté de l'animal vivant et non de la simple technologie. Si l'idée du tamagotchi est née du constat de l'exiguïté des appartements japonais pour accueillir des animaux domestiques, les recherches avant-gardistes menées au Japon par l'ethnologue française Fabienne Duteil-Ogata sur la présence inédite du chien dans cette société nous permet d'affirmer que la sortie du jeu Nintendogs (2005) s'inscrit dans un contexte général de forte croissance du nombre d'animaux de compagnie. L'année de la sortie du jeu vidéo, le Japon comptait 12,5 millions de chiens et 11,6 millions de chats, soit une augmentation de 62% en dix ans<sup>30</sup>. L'avertissement du mode d'emploi du jeu Nintendogs se comprend mieux une fois inséré dans son contexte culturel. Le parcours des problématiques de l'ethnologue est significatif : 1. anthropologie religieuse, 2. anthropologie de la culture, 3. anthropologie urbaine. C'est sa recherche sur les nouvelles pratiques funéraires des animaux de compagnie au Japon qui l'a conduite à s'intéresser à la reconfiguration de l'espace et des sociabilités dans les villes. Inscrit dans ses recherches générales sur les pratiques religieuses funéraires contemporaines

---

<sup>27</sup> Dominique Guillo, *Des chiens et des humains*, Paris, 2009.

<sup>28</sup> Éric Baratay, « Les socio-anthro-logues et les animaux. Réflexions d'un historien pour un rapprochement des sciences », dans *Sociétés*, n° 108, 2010, p. 9–18.

<sup>29</sup> Susan McHugh, *Des Hommes et des ... Chiens*, Lonay, 2005, p. 114.

<sup>30</sup> Philippe Pons, « La mode des animaux de compagnie au Japon » in « Les animaux dénaturés » Études n°3875 : 484-487 cité dans Fabienne Duteil-Ogata, « La place de l'animal de compagnie dans les mégapoles japonaises : un animal urbanisé ? », dans Gilles Teissonnières et Daniel Terolle (éd.), *A la croisée des chemins contributions et réflexions épistémologique en anthropologie urbaine*, Paris, 2012, p. 195–228.

au Japon et leur modernisation (la « tombe-ordinateur », les objets funéraires portables) dans lesquelles elle montre l'évolution de la représentation religieuse de la mort des représentations<sup>31</sup>, l'itinéraire de l'ethnologue est parti de la problématique de la mort du chien pour en arriver à la vitalité du chien dans la société japonaise du XXI<sup>e</sup> siècle.

À l'opposé de discours récents dans certaines thèses vétérinaires qui sans examen approfondi brandissent la menace de l'anthropomorphisme (affectif) sur les cimetières d'animaux en Occident, les pratiques de conservation du corps de l'animal défunt, les réactions humaines dites excessives face à la mort et donc de manière générale sur ce qui transforme l'identité des animaux et du chien<sup>32</sup>, Fabienne Duteil-Ogata montre le nœud de significations qu'il forme. Son travail fait écho aux travaux de l'historien Éric Baratay sur la constitution d'une histoire personnelle des chiens - ce qui inclut la fin de leur existence<sup>33</sup> - aux travaux philosophiques de Dominique Lestel<sup>34</sup> et à la réflexion sur la mort. Aujourd'hui, au Japon comme en Occident, la mort d'un chien peut être vécue comme étant celle d'un membre de la famille ou d'un proche. Historiquement, le phénomène de masse des animaux de compagnie au Japon date des années 1980, ce qui correspond historiquement à l'entrée du Japon dans le secteur des jeux vidéo, la mondialisation du marché et l'hégémonie de Nintendo. En Europe, si l'apogée démographique de la présence des animaux utilitaires se situe entre la fin du XVIII<sup>e</sup> et le milieu du XX<sup>e</sup> siècle<sup>35</sup>, le modèle social de l'animal de compagnie apparu au XIX<sup>e</sup> siècle dans les familles bourgeoises s'est véritablement répandu dans l'ensemble de la société à partir des années 1960.

Au Japon, les pratiques funéraires des animaux, rattachées au bouddhisme, nous ramènent à la période Edo (1603-1868)<sup>36</sup>. Elles concernaient les animaux nuisibles (taupes, rats, sangliers, insectes) et les animaux d'usage qui étaient employés pour leur force ou leur chair (chevaux, bœufs, cétaqués, poissons) auxquels il faut ajouter des objets (lunettes, dentiers, aiguilles). Les pratiques funéraires concernant les animaux de compagnie prennent donc leurs origines dans

---

<sup>31</sup> *Id.*, « Nouvelles technologies et pratiques funéraires contemporaines », dans *Japon Pluriel*, n° 8, 2010, p. 291–302.

<sup>32</sup> Virginie Le Faucheur, *L'anthropomorphisme dans la relation Homme-chien est-il compatible avec le bien-être du chien ?* [Aspects éthologiques, sociologiques, psychologiques et culturels], Thèse, École nationale vétérinaire d'Alfort, 2008.

<sup>33</sup> Éric Baratay, « Chacun jette son chien. De la fin d'une vie au XIX<sup>e</sup> siècle », dans *Romantisme*, n° 153, 2011, p. 147–162.

<sup>34</sup> Dominique Lestel, *Les amis de mes amis*, Paris, 2007.

<sup>35</sup> Éric Baratay, *Bêtes de somme. Des animaux au service des hommes*, Paris, 2011.

<sup>36</sup> Fabienne Duteil-Ogata, « Les pratiques funéraires des animaux de compagnie. Nouveaux traitements, nouvelles corporalités », dans *Japon Pluriel*, n° 7, 2007, p. 39–48.

cette profondeur historique dans laquelle elles s’ancrent. Dès les années 1980, les cimetières pour animaux de compagnie au Japon se sont rapidement multipliés et normalisés. Sur le total de cent-soixante cimetières recensés dans *Le guide des cimetières d’animaux de compagnie du Japon* (1999), la majorité d’entre eux se trouve dans les grandes métropoles comme Osaka tandis que *Le guide des bonnes manières pour accompagner les animaux de compagnie vers l’au-delà* (2004) précise que sur le total des cinquante-trois cimetières existants d’Osaka et Tokyo, trente-neuf ont ouvert leurs portes à la fin des années 1980. Au Japon, les relations post-mortem font l’objet de conférences et de nombreuses publications, le manga y compris<sup>37</sup>. Fabienne Duteil-Ogata a relevé les évolutions significatives suivantes : le traitement similaire des animaux et des humains lors de la crémation (surtout individuelle), la singularisation et la personnification de l’animal par la présence de son nom usuel sur l’urne ou la tombe et la représentation figurative (portrait photographique, gravé) de l’animal, ceci afin de maintenir un lien et de susciter la relation. Cette découverte a éveillé la curiosité de l’ethnologue : le statut ontologique de l’animal avait-il changé ? En se basant sur l’ontologie animiste selon Philippe Descola<sup>38</sup> et le modèle d’étude des interactions humain-chien d’Albert Piette<sup>39</sup>, c’est au sein de la ville que des éléments de réponse ont alors été recherchés.

Devenue la ville la plus peuplée au monde en 1720<sup>40</sup>, Edo devenue Tokyo était une ville où la nature était particulièrement présente jusque dans les années 1930. Après, la dégradation a été rapide si bien qu’aujourd’hui les grandes villes japonaises sont très peu végétalisées<sup>41</sup>. À la fin du XXe siècle, le gigantisme prônait et trônait sur le monde : « Des cubes lumineux au sommet des buildings. Pour baliser le ciel, interpeller les Dieux ? Plus sûrement par orgueil, à la manière des tours médiévales de Bologne »<sup>42</sup>.

Qu’en est-il du chien dans les mégapoles de ce pays « moderne sans être occidental »<sup>43</sup> et de sa capitale Tokyo ? Meurtrie à deux reprises durant le XXe siècle, la capitale impériale dont le quart de la superficie avait disparu lors des bombardements de 1945<sup>44</sup>, a fleuri en un cerisier dont la floraison annonce le printemps du monde. Méconnaissant la réalité plus paisible de ses

<sup>37</sup> La série de manga *Le Paradis des chiens* (2012) de Sayuri Tatsuyama paraît chez Glénat Kids depuis 2014.

<sup>38</sup> Philippe Descola, *Par-delà nature et culture*, Paris, 2005.

<sup>39</sup> Albert Piette, « Entre l’homme et le chien. Pour une ethnographie du fait socio-animal », dans *Socioanthropologie*, n° 11, 2002, p. 87–104.

<sup>40</sup> Jared Diamond, *Effondrement. Comment les sociétés décident de leur disparition ou de leur survie*, Paris, 2006, p. 358.

<sup>41</sup> Augustin Berque, *Le sauvage et l’artifice Les Japonais devant la nature*, Gallimard, 1986.

<sup>42</sup> Félix Guattari, « Tokyo l’orgueilleuse », dans *Multitudes*, n° 13, 2003, ici p. 56.

<sup>43</sup> Pierre-François Souyri, *Moderne sans être occidental. Aux origines du Japon d’aujourd’hui*, Paris, 2016.

<sup>44</sup> Karyn Poupée, *Les Japonais*, Paris, 2008, p. 21.

quartiers résidentiels de ce laboratoire du futur, notre vision a tendance à se concentrer sur la démesure et le gigantisme de cette ville. C'est dans ce tumulte qu'ont surgi, il y a peu, les meilleurs amis de l'homme. Omniprésent sur les affiches publicitaires et les écrans géants qui inondent la ville, présent dans les parcs et les appartements spécialisés, le chien semble avoir rapidement pris possession de la capitale. Une question se pose alors : « L'animal de compagnie serait-il devenu un nouvel être social à part entière, un nouveau Tokyoïte ? »<sup>45</sup>. L'étude d'un quartier résidentiel de Tokyo, choisi en raison de la visibilité des interactions, a révélé plusieurs transformations de la place des chiens. C'est notamment la présence d'un *doguran* (dog run) ouvert en 2003 à la demande des propriétaires de chiens qui a été décisive. À l'intérieur de cet espace semi-public devenu un espace de rencontres pour les propriétaires et les animaux si bien qu'une sociabilité autour du chien y est apparue. Le *dog run* est un lieu propre, réglementé et ordonné. Le sol est recouvert de dalles. On y trouve des bancs, des arbres et des arbustes. L'autre spécificité est la ségrégation de l'espace. Il est clos et se divise en deux parties : une partie d'une superficie de 800 m<sup>2</sup> pour les chiens de grande taille et de taille moyenne et une autre de 400 m<sup>2</sup> pour les petits chiens. Un deuxième aspect intéressant est la création de commerces et divers services dans le quartier autour du *dog run* tels que des salons de toilettage, des animaleries, une école de dressage, des *dog café* et restaurant, des magasins de vêtements et accessoires, un photographe spécialisé dans les portraits de chiens. Ainsi, en plus de fabriquer des espaces communs spécifiques aux chiens et aux humains, l'école de dressage délivre aux propriétaires un certificat dont la possession est importante lors de la recherche d'un (nouvel) appartement.

L'espace public n'est pas le seul espace à être aménagé et de surcroît reconfiguré. Alors que la plupart des immeubles interdit aux locataires la possession d'animaux, des mesures prises par les bailleurs sociaux en 2002 ont levé l'interdiction. Plus profondément, c'est la création de résidences collectives destinées à accueillir des locataires avec des animaux qui bouleverse le degré d'acceptation de la place des animaux de compagnie. Les appartements sont conçus en conséquence (revêtement du sol, installation de barrière, etc.) comme l'espace collectif : des *dog run* sont construits sur les toits des immeubles. La parution mensuelle depuis 2007 du magazine *Maison pour vivre avec un chien* (« Inu to Kurasuie ») de 150 pages est à lui seul un symbole de la dynamique du phénomène de l'animal de compagnie au Japon.

---

<sup>45</sup> Duteil-Ogata, 2012.

Le Japon, ne serait-il pas le fleuron des sociétés anthropocanines ? Les années 1980 ont vu la naissance du phénomène des animaux de compagnie au Japon et celle de Nintendo et des jeux vidéo japonais. C'est l'intersection sur laquelle nous allons nous promener en compagnie d'un chien en liberté, sans laisse ni muselière.

Le futur du chien est-il né dans le laboratoire japonais en même temps que la mondialisation du media jeu vidéo auquel le monde voue désormais un tel culte ? La vertu principale de l'histoire du Japon de l'ère moderne écrite par Pierre-François Souyri est de nous montrer que derrière notre ethnocentrisme patent, la modernité est un phénomène mondial qui dépasse de loin l'Occident. Cette histoire nous dévoile ainsi l'aspect fragmentaire du phénomène. La métaphore historique nous invite à affirmer que la modernité du chien est à l'image de ce qu'est la géographie du Japon : un archipel.

## 2. Écrire une histoire recentrée

Il faut se figurer une mappemonde avec deux historiens posés dessus. Le premier, un héros solitaire équipé d'une belle plume, a écrit la première thèse en histoire contemporaine portant sur les jeux vidéo dans laquelle le lecteur trouvera un développement détaillé et très complet sur la situation en France jusqu'au début du siècle ainsi qu'une réflexion riche sur le medium et ses cultures émergentes<sup>46</sup>. Cette histoire est entièrement vide de tout contenu animal non humain. Avant l'an 2005 et « Nintendo + dogs »<sup>47</sup>, le chien n'existait pas explicitement dans les jeux vidéo si ce n'est de manière épisodique. Le deuxième historien, disciple originaire de la sociologie, désire écrire sur le chien et non à proprement parler sur les jeux vidéo. C'est ainsi que seul avec une balle de tennis virtuelle, il s'est lancé à la recherche du chien virtuel disparu sur un archipel de la mappemonde. Partenaire de jeu préféré des humains, le chien a une histoire ludique accessible aux enfants de 7 à 77 ans.<sup>48</sup>

---

<sup>46</sup> Serge Dupuy-Fromy, *Les jeux vidéo dans la société française* [Des années 1970 au début des années 2000], Thèse, Université Paris-Est, 2012.

<sup>47</sup> Il s'agit d'une allusion à la suite de *Nintendogs* (2005), à savoir *Nintendogs + cats* (2011).

<sup>48</sup> L'affichage 3D de la console Nintendo 3DS (2011) qui offre une vision 3D sans lunettes est déconseillée aux enfants de moins de 6 ans. Cette précaution est stipulée dans le mode d'emploi de la console à la page 140.

Explorer un monde immense à la recherche des morceaux de la modernité du chien répartis et cachés à différents points est l'objectif. Le futur du chien est déjà là. Notre quête scientifique consiste à en collecter les morceaux (l'archéologie), les recoller (la filiation) et reconstruire son objet (de recherche) : le chien. Il n'est pas question pour nous d'étudier la modernité, l'enfant ou les jeux vidéo à la loupe grossissante du chien. L'animal n'est ni un prétexte ni un outil. Nous proposons l'inverse. L'histoire que nous tentons d'écrire est une histoire recentrée. Le jeu vidéo *Nintendogs* (2005) est son point de départ et son point d'arrivée. Partie du jeu vidéo du XXI<sup>e</sup> siècle, notre odysée nous conduira à traiter la littérature de jeunesse, la bande dessinée, l'animation, le cinéma, la presse, les jouets avant d'atteindre finalement le medium de l'interaction. La progression du chien dans les cultures mondialisées des enfants et des grands enfants depuis les mots et les images du livre à l'interaction du joueur avec un jeu vidéo animal est le sujet de notre questionnement. Retenons ces propos : « Les prototypes de toute une technologie future existent déjà. Comme l'a dit un jour William Gibson, l'auteur du *Neuromancien* et le créateur du terme cyberspace, « le futur est déjà là, c'est simplement qu'il est inégalement réparti »<sup>49</sup>.

### Illustration 1



La fonction podomètre du jeu *Nintendogs + Cats* (2011) nous invite à marcher réellement avec le chien virtuel

---

<sup>49</sup> Michio Kaku, *Une brève histoire du futur. Comment la science va changer le monde*, Paris, 2014, p. 12.



Le lien entre l'animal et l'enfant sera questionné. L'importance et l'intensité des animaux dans la vie et le développement des enfants ont été décrites avec précision dans des travaux récents<sup>50</sup>. Ce qui nous intéressera plus précisément est l'imbrication du chien et de l'enfant dans l'accès à la reconnaissance sociale, à l'existence sociale. L'histoire de l'enfance dans nos sociétés recoupe l'histoire de l'animal de compagnie. La culture savante et la culture de loisirs des enfants ont été investies par les animaux, qu'il s'agisse du livre scolaire, du roman de jeunesse, de la bande dessinée, de la presse, du jouet ou des jeux vidéo. À la lumière de « la montée en puissance de la tendresse », l'interpénétration du couple enfant-animal démontre qu'il lui a été demandé de se construire à travers et par l'animal. Notre réflexion ne consistera pas à réfléchir aux effets et répercussions de cette coexistence mais à tenter de définir les spécificités de ces chiens de fiction et à questionner l'incrimination faite aux enfants dans la justification de cette présence. La très grande segmentation du marché et le cadre légal, associés à d'autres facteurs historiques et sociaux, qui a provoqué une double scission - entre les enfants et les adultes, entre les garçons et les filles - constituera une ligne conductrice dans notre recherche.

L'avènement de l'image dans nos sociétés sera étudié, de son retour historique dans le livre à l'interaction du medium jeux vidéo. La redéfinition de la place du texte et de l'image dans le livre, l'illustration des fables et des histoires, le développement de la caricature, la naissance de la bande dessinée, de la photographie et le triomphe des images en mouvement du dessin animé et du cinéma à une échelle internationale ont placé l'image, augmentée de sons et de couleurs, au centre de notre quotidien. Renforcée par l'intégration de la télévision dans les foyers, de l'ordinateur domestique, de l'Internet et plus récemment de la téléphonie mobile « intelligente », l'image a définitivement été numérisée en ce XXI<sup>e</sup> siècle. Au centre des medias comme des pratiques sociales les plus banales, nos sociétés de l'image y ont inséré les chiens (et les chats), comme l'avait précisé l'ethnologue Fabienne Duteil - Ogata à propos de Tokyo, que ce soit par le biais d'une publicité ou d'une vidéo partagée avec un proche.

Le jeu vidéo et plus généralement les nouvelles technologies et la numérisation des sociétés<sup>51</sup> sont à replacer à l'intérieur des contextes historiques dans lesquels, nous l'omettons trop

---

<sup>50</sup> Gail Melson, *Les animaux dans la vie des enfants*, Paris, 2009 ; Lyonel Rossant et Valérie Villemin, « L'animal et le développement de l'enfant », dans Boris Cyrulnik (éd.), *Si les lions pouvaient parler. Essais sur la condition animale*, Gallimard, 1998, p. 1306–1325.

<sup>51</sup> Éric Sadin, *L'humanité augmentée. L'administration numérique du monde*, Montreuil, 2013 ; *id.*, *La vie algorithmique. Critique de la raison numérique*, Paris, 2015.

souvent, le contexte écologique est à inclure : « Les fils conducteurs » des appareils de l'obsolescence programmée des civilisations post-industrielles déstabilisent les sociétés humaines, animales et végétales jusqu'à la planète Terre dans son équilibre.<sup>52</sup> Nous nous intéresserons donc à l'écart entre les messages écologistes de films et jeux vidéo prenant des animaux comme partenaires-ambassadeurs et la confrontation à la réalité des faits. Ces transformations alarmantes de *la planète des singes* intelligents justifient le recours à la science-fiction qui associe le chien à l'humain après les catastrophes survenues, que ce soit dans la littérature, au cinéma, dans les jeux vidéo post-apocalyptiques (le chien Canigou de la série *Fallout*) ou chez un professeur de biologie végétale français de grand renom : « Nous sommes en 2120. La planète est dans un état lamentable. La grande crise écologique a commencé au début du XXIe siècle ; depuis lors, les catastrophes se sont succédé à une cadence infernale. En 2014, tous les chiens ont succombé »<sup>53</sup>. Une fois identifié la cause de l'hécatombe - la présence d'un agent pathogène dans l'alimentation standard pour chiens - les hologrammes remplacèrent les disparus. Pour résumer, nous dirons qu'au-delà des chiens, les menaces qui pèsent sur l'arborescence des écosystèmes et des sociétés, éloignées des discours philosophiques de séparation du végétal entre le végétal et l'animal, inquiéteront l'ensemble : les plantes, les animaux non humains, les humains. L'inquiétude pour la vie et le mouvement spontané pour la survie seront partagés<sup>54</sup>.

Cette imbrication nous conduit à une autre relation moins alarmante, celle des medias. Un axe directeur est de saisir les jeux vidéo dans ce qui les relie aux autres arts et médias, c'est-à-dire de le saisir dans sa triple constellation : la première constellation le lie au livre, à l'album, au magazine, au jouet, au cinéma. Son histoire commune avec le cinéma<sup>55</sup> et son inscription dans la culture du jeu et des jouets seront surtout développées. La formule de Gilles Brougère « la ronde des jouets et de jeux »<sup>56</sup> décrit avec justesse un mouvement circulaire, non linéaire ou unilatéral. La seconde constellation est la mondialisation culturelle dont Walt Disney est le parangon. Ce mouvement concerne la circulation des savoirs techniques et scientifiques, des medias et des histoires dont l'Europe, les États-Unis et le Japon forment le centre. Pour atteindre cet objectif, nous nous focaliserons sur l'influence de la culture populaire japonaise

---

<sup>52</sup> Fabrice Flipo, Michelle Dobré et Marion Michot, *La face cachée du numérique*, Paris, 2013 ; Jean-Marie Pelt ; Gilles-Éric Séralini, *Après nous le déluge*, Paris, 2006.

<sup>53</sup> Jean-Marie Pelt, *La solidarité chez les plantes, les animaux, les humains*, Paris, 2004, p. 9-10.

<sup>54</sup> Florence Burgat, *Liberté et inquiétude de la vie animale*, Paris, 2006.

<sup>55</sup> Alexis Blanchet, *Des pixels à Hollywood. Cinéma et jeu vidéo, une histoire économique et culturelle*, Châtillon, 2010.

<sup>56</sup> Gilles Brougère (éd.), *La ronde des jeux et des jouets. Harry, Pikachu, Superman et les autres*, Paris, 2008.

dans le monde par l'intermédiaire du manga, de l'animation, du jouet et du jeu vidéo avant de traiter ses origines. Enfin, la troisième constellation concerne celle des espèces. Les chapitres de notre recherche montreront que les « chiens font bien des chats », des renards, des chevaux, des félins et des humains.

Il sera question de l'anthropomorphisation, très présente dans les fables, la bande dessinée, le dessin animé ou les jouets. Sujet à controverse dans nos rapports aux animaux, robots et artefacts<sup>57</sup> nous nous questionnerons sur l'idéologisation qui la traverse, c'est-à-dire la dangerosité du déplacement des frontières entre « eux et nous ». Terrain privilégié des degrés de l'anthropomorphisation et de la souplesse créative de la représentation du corps et de l'esprit des chiens, les présences du chien dans les médias et l'art sont sources de conflits lorsque l'animal de fiction en vient à influencer nos rapports aux chiens réels. Alors que la combinaison entre fascination et répulsion de notre regard posé sur les robots et les créatures virtuelles crée des peurs et de forts rejets - l'animal vivant se verra-t-il bientôt remplacé par la machine ? -, nous constaterons que ce passage entre le chien fictif (virtuel) et le chien vivant concerne des médias plus anciens aujourd'hui légitimés, en plus d'inclure notre rapport aux robots. Aussi bien la BD, le dessin animé que le cinéma ouvrent ce lieu de passage aux chiens, aux autres animaux et de surcroît aux humains qui les inventent. En effet, en plus d'inscrire notre étude dans la lignée des travaux scientifiques pour lesquels la critique sévère de l'anthropomorphisme a été remplacée par une appréhension plus positive et plus nuancée, nous proposons de parler de *canismorphisme*. Il faudrait renverser la logique et nous demander si cette « humanisation » des chiens, que ce soit par l'acquisition de mains et de capacités intellectuelles ne correspondrait pas à l'opportunité pour l'humain de se mettre virtuellement ou fictivement dans la peau d'un chien, d'en revêtir « la peau et les os ». Les formules verbales « s'éléphanter » et « se babouiniser » qu'utilise Dominique Lestel dans sa description de l'auto-transformation d'observateurs sur le terrain afin d'accéder à davantage de sensibilité et de corporéité animale se reproduirait-elle dans la fiction ?<sup>58</sup> Tous ces chiens de bandes dessinées, de dessins animés ou de cinéma transformés numériquement n'opèrent-

---

<sup>57</sup> Georges Chapoutier ; Frédéric Kaplan, *L'Homme, l'Animal et la Machine*, Paris, 2011 ; Denis Vidal, « Vers un nouveau pacte anthropomorphique ! Les enjeux anthropologique de la nouvelle robotique », dans *Gradhiva*, n° 15, 2012, p. 55-75 ; Emmanuel Grimaud, « Androïde cherche humain pour contact électrique, les cinétiques de l'attachement en robotique », dans *Gradhiva*, n° 15, 2012, p. 77-100 ; Gabriella Airenti, « Aux origines de l'anthropomorphisme. Intersubjectivité et théorie de l'esprit », dans *Gradhiva*, n° 15, 2012, p. 35-53.

<sup>58</sup> Dominique Lestel, *L'animal est l'avenir de l'homme*, Paris, 2010, p. 135-172.

ils pas une *caninisation* de l'humain lorsqu'ils lui prêtent un langage, un humour, des sentiments amoureux et des rêves ? Cette piste mérite d'être développée.

La transformation du chien lors de son passage et l'étude de ses « registres » nous permettra de caractériser les particularités du chien des jeux vidéo, principalement sous sa forme de chien de compagnie. La représentation des lieux du chien - la clinique vétérinaire, le refuge, le salon de toilettage - et du chien (âge, race, dressage) dans les jeux vidéo correspondent-ils plus aux chiens de la bande dessinée ou à ceux de la réalité ?

### 3. Méthodes de travail

Cette présente recherche s'est construite sur les fondations et les outils de sciences humaines et sociales, et méthodes, principalement l'histoire, la sociologie, l'anthropologie, ethnologie. La production scientifique sur la littérature de jeunesse a été appréhendée de manière nivelée. Pour sa compréhension générale, ce sont les réflexions d'Isabelle Nièvres-Chevrel<sup>59</sup> portant sur ses spécificités et sa valeur scientifique qui ont été très précieuses. Quant à l'usage fait par les institutions scolaires de la littérature de jeunesse, nous nous sommes principalement basés sur les analyses de Max Butlen et Danielle Dubois-Marcoin<sup>60</sup>. Dans l'étude non pas de la littérature de jeunesse mais de l'objet livre, du développement de la pratique de la lecture et son expansion dans la société, l'approche histoire a été nécessaire afin de repérer les enjeux historiques de son émergence d'une part, et de la comparer avec la croissance de la pratique vidéoludique d'autre part. Selon nous, pour éviter les risques d'idéologisation et de conflits portant sur la légitimation des arts et medias, l'appréciation des pratiques de loisirs a été soumise à la comparaison. Étudier la fureur de jouer du XXIe siècle nécessite l'intégration de la révolution de la lecture à la fin du XVIIIe siècle. En ce qui concerne la présence et place des animaux au sein de la littérature de jeunesse, en plus d'agrémenter nos propos par la psychanalyse des contes, le numéro récent des *Cahiers Robinson* consacré aux animaux a constitué le socle principal. La richesse de son contenu nous a donné une perspective

---

<sup>59</sup> Isabelle Nièvres-Chevrel, « Faire une place à la littérature de jeunesse », dans *Revue d'histoire littéraire de la France*, n° 102, 2002, p. 97-114.

<sup>60</sup> Max Butlen et Danielle Dubois-Marcoin, « Présentation. La littérature de jeunesse, repères, enjeux et pratiques », dans *Le français aujourd'hui*, n° 149, 2005, p. 3-6.

d'ensemble sur les orientations actuelles de la recherche scientifique des présences animales dans la tradition orale, les genres littéraires traditionnels et modernes, le bestiaire des livres scolaires, les personnages fictifs. Enfin, pour compléter la production scientifique consacrée au livre et à la littérature de jeunesse, nous avons utilisé les chapitres portant sur la littérature tirés d'ouvrages en sciences humaines et sociales ayant pour objet l'animal, des recueils de textes, des dictionnaires et encyclopédies portant sur le chien, des romans (science-fiction). Sur la question de la numérisation du livre papier, les perspectives critiques et intégratives furent intégrées.

Pour notre chapitre sur le neuvième art, notre recherche s'est principalement appuyée sur deux perspectives : une thèse vétérinaire, un ouvrage historique et sociologique. Le mérite de la thèse vétérinaire a été de comparer de manière méticuleuse les représentations canines fictives avec les chiens réels : la morphologie, le langage, le mode de vie, le comportement, la relation avec les humains (les propriétaires, les vétérinaires). Très illustrée, cette thèse regroupant les figures canines les plus représentatives de la BD franco-belge et états-unienne montre bien l'élasticité entre le réel et le fictionnel. Par la parution plus récente de l'ouvrage *Milou, Idéfix et Cie, le chien en BD* dirigé par deux historiens complémentaires - un spécialiste de l'histoire de l'animal et un spécialiste de l'histoire de la bande dessinée franco-belge - , la confrontation atemporelle et non localisée entre la fiction et la réalité présumée par le vétérinaire prend de l'épaisseur puisque l'apport de l'histoire, des sciences sociales, littéraires consiste à clarifier le dialogue entre la bande dessinée et « une vraie vie de chien ». L'opposition est transformée en un lieu de passage dans lequel le mouvement entre réalité et fiction est double et constant. L'autre vertu de cet ouvrage a été de proposer une étude au cas par cas des chiens de fiction (Rantanplan, Milou), ce qui permet au chercheur de pouvoir situer le personnage dans son histoire artistique - c'est sa place et signification dans l'œuvre - et dans son histoire sociale et culturelle. En ce qui a trait à l'animal dans la caricature, nous nous sommes appuyés sur la revue *Ridiculosa* et la revue *Sociétés et Représentations*. À défaut de nous fournir des études du chien dans la caricature, l'approche historique de l'utilisation des motifs animaux dans la caricature (aigle, cochon, cheval) et les réflexions « internes » sur le dessin satirique nous ont permis de mieux comprendre l'utilisation politique de l'animal dans le dessin, les caractéristiques et différences vis-à-vis de la bande dessinée, notamment celle dirigée vers le jeune lectorat. Enfin, sur l'art de bande dessinée, des ouvrages classiques sur la bande dessinée, sur les artistes et œuvres principales ont été

consultés afin de nous initier. En ce qui concerne les liens entre les jeux vidéo et la BD ainsi que la numérisation en cours, le numéro de la revue *Hermès* consacré à la bande dessinée a révélé les enjeux actuels de la transformation de cet art. La version numérique des articles thématiques sur les animaux de la revue *Neuvième art* fut également intégrée.

L'animation et le dessin animé, un objet d'étude universitaire encore atypique, est depuis peu source d'intérêt. Nous nous sommes donc appuyés sur ces thèses universitaires en sociologie et arts du spectacle. Outre-Rhin, la brillante thèse de sociologie de Martina Stephany portant sur les relations entre les humains et les animaux dans les dessins animés nous a servi de cadre. Son angle d'approche est général et elle a étudié des œuvres cinématographiques et non des espèces. La thèse présente la situation du double objet de recherche (animal, dessin animé) dans les sciences sociales et sciences des media et délivre une vue d'ensemble des présences animales dans l'animation. Elle rend compte des fonctions et rôles des animaux (caricature des humains, critique sociale, compagnon), des degrés d'anthropomorphisation et insiste tout particulièrement sur le passage entre l'animal fictionnel et réel. L'impact sur la société des représentations animales et des pratiques humaines est constitutif du dessin animé. Cet art du mouvement, avant l'animal virtuel des jeux vidéo, a fait évoluer les représentations - la condamnation de la chasse dans le long métrage *Bambi* (1942) en est l'exemple le plus célèbre - a créé des polémiques et de vives tensions qui se sont répercutées sur les animaux vivants. À côté de ce travail focalisé sur l'animal, les thèses en arts du spectacle portant sur l'histoire, la technique et son caractère hybride - entre l'animation et le cinéma, entre l'animation et le réel - ont validé les résultats de la sociologue. Elles montrent que ce sont les principes mêmes de l'animation, avant même son tournant numérique, qui questionnent nos rapports aux réels. En outre, la production scientifique sur les studios Disney, épicerie mondiale de l'animation nous est apparue inévitable. Le chapitre portant sur l'animation est celui avec lequel ce que nous appellerons la « matière brute » est introduite dans notre recherche, ici le dessin animé. Par la suite, en ce qui concerne notre analyse du cinéma, du documentaire animalier, de la publicité télévisée, de l'album de vignettes Panini et du magazine de jeunesse, cette « matière brute » - un document audio-visuel, un spot publicitaire, un album - a été privilégiée, tout en étant appuyée dans la mesure du possible, par la littérature scientifique dont la fonction sera introductive.

Dans nos chapitres ayant pour objet la présence des chiens dans le jouet, jeu électronique et le jeu vidéo, les théories classiques du jeu de Johan Huizinga, Roger Caillois et Jacques

Henriot,<sup>61</sup> en leur qualité de référence commune à la production scientifique forment la base indispensable à toute recherche universitaire. Du côté de l'objet de l'enfance, les travaux historiques de Michel Manson rendent compte des nœuds de signification de cet objet frivole qu'est le jouet : ses fonctions (pédagogiques, économiques), sa représentation dans la littérature, sa promotion dans l'art (la peinture). Les travaux sur lesquels nous nous sommes principalement appuyés sont ceux de Gilles Brougère dont il est difficile de résumer la qualité. Notre choix s'est porté sur la dimension transmédiatique du jouet (télévision, cinéma), à certains types précis de jouets (la peluche, la poupée), à son industrie du jouet et aux significations de l'activité du jeu des enfants. Les travaux sociologiques de Sandrine Vincent sur la fonction des jouets dans les relations familiales et sociales, comme ceux de la sociologue Mona Zegaï sur la construction du genre précisent le primat donné au jouet dans les relations humaines, de la sphère familiale aux rituels collectifs de fin d'année, mais aussi de la segmentation par âge et par sexe des sociétés. Enfin, nous avons eu recours à des catalogues d'expositions, des livres de collection de jouets et des articles portant sur les célébrités du jouet (Barbie).

La littérature scientifique consacrée aux jeux vidéo et aux nouvelles technologies est beaucoup plus conséquente. Le champ de recherche est constitué et son émergence en France a d'ailleurs été étudiée<sup>62</sup>. Les figures (pionnières) de ce champ sont nombreuses. Parmi elles, dans la lignée du professeur de sciences de l'éducation Gilles Brougère, le chercheur Vincent Berry étudie les loisirs contemporains, le virtuel et l'histoire du jeu vidéo à travers son ancrage dans la culture ludique. Le chercheur en études cinématographiques Alexis Blanchet se concentre sur l'histoire commune entre les industries du jeu vidéo et du cinéma. Le philosophe Mathieu Tricot se concentre plus spécifiquement sur l'expérience du jeu dans la pratique des jeux vidéo. Citons encore Sébastien Genvo ou Laurent Trémel. Du côté de l'histoire, c'est à Serge Dupuy-Fromy que reviendrait l'honneur d'avoir soutenu la première thèse en histoire contemporaine sur la situation française, de la percée dans les années 1970 du nouveau media jusqu'au tournant du siècle. Cette thèse représente un tournant pour la discipline, les bases de l'intérêt de l'étude du jeu vidéo pour la discipline y étant posées. Ce travail pionnier ouvre en effet les portes de la société contemporaine dans l'étude des

---

<sup>61</sup> Johan Huizinga, *Homo ludens. Essai sur la fonction sociale du jeu*, Paris, (1951) 2008 ; Roger Caillois, *Les jeux et les hommes*, Paris, (1958) 2006 ; Jacques Henriot, *Le jeu*, Paris, 1966.

<sup>62</sup> Sarah Meunier, « Les recherches sur le jeu vidéo en France. Émergence et enjeux », dans *Revue anthropologie des connaissances*, n° 11, 2017, p. 379–396.

transformations en cours, notamment la transition numérique. Ensuite, des travaux thématiques sur les titres de jeux vidéo doivent encore être cités, par exemple ceux de Fanny Lignon sur le jeu vidéo de simulation de vie *les Sims*. Plus proche de notre thématique, nous citerons les travaux ethnographiques et anthropologiques d'Olivier Servais, notamment ceux sur les figures de l'animal dans le jeu vidéo multi-joueurs en ligne *World of Warcraft*.<sup>63</sup> Du côté des revues, les jeux vidéo et les nouvelles technologies sont objet de parution régulière dans des numéros *Hermès* et *Réseaux*. Du côté maintenant des ouvrages non spécifiquement scientifiques dans lesquels certains des chercheurs rédigent des articles, les biographies des génies créateurs du jeu vidéo et du jouet, l'histoire des icônes du jeu vidéo, l'histoire des entreprises du jeu vidéo (Nintendo), des consoles, des genres vidéoludiques participent à l'émergence de la reconnaissance des jeux vidéo. En France, la maison d'édition française Pix'n Love (Pixel and Love) est la plus productive.

Les thématiques de la virtualité, de l'informatique et de la robotique (de loisirs) représentent évidemment une production scientifique conséquente. Dans le cadre de notre étude et de son approche historique, nous citerons les travaux classiques de Pierre Lévy sur le virtuel et de Jean-Claude Heudin sur les créatures artificielles. Sur les images, ceux de Patrick Schmoll, les travaux sur la robotique de loisirs de Michel Nachez, Frédéric Kaplan et Serge Tisseron. En ce qui concerne les communautés hybrides, le philosophe Dominique Lestel constitue la référence scientifique incontournable. Quant à l'anthropologue Emmanuel Grimaud, il s'est plus précisément intéressé à nos relations aux créatures artificielles en interrogeant l'anthropomorphisme de la relation.

La littérature scientifique sur laquelle nous nous sommes appuyés regroupe des ouvrages, des articles de revues, des thèses et mémoires universitaires en rapport à nos différents chapitres. C'est-à-dire la littérature portant sur la littérature de jeunesse, la bande dessinée, l'animation, la presse, les jouets, les jeux vidéo et surtout la production scientifique ayant les chiens et les animaux comme objets de recherche. Nous n'allons pas revenir sur la place du chien dans les sciences sociales<sup>64</sup>. Sur cette question, la littérature est conséquente, regroupant les pionniers

---

<sup>63</sup> Olivier Servais, « Du décor virtuel à l'avatar métamorphe. Les figures de l'animal dans le jeu vidéo *World of Warcraft* », dans *Religiologiques*, n° 32, 2015, p. 351-394.

<sup>64</sup> Véronique Servais (dir.), *La science [humaine] des chiens*, Le bord de l'eau, 2016 ; Dominique Guillo, « Quelle place faut-il faire aux animaux en sciences sociales ? Les limites des réhabilitations récentes de l'agentivité animale », *Revue française de sociologie* 2015/1, vol. 56, p. 135-163 ; Jérôme Michalon, « Les animal Studies peuvent-elles nous aider à penser l'émergence des épistémès réparatrices ? », revue d'anthropologie des connaissances 2017/3 (Vol.11, N°3), p. 321-349.



du champ et les nouvelles générations, par exemple les membres du groupe IPRAZ fondé par Jérôme Michalon et Emmanuel Gouabault. Plus précisément sur le chien, la brillante thèse de sociologie de Marion Vicart est la référence incontournable.

Dans l'ensemble, ces travaux se rattachent aux sciences dites de l'esprit, principalement l'histoire, la sociologie, les sciences de l'éducation, l'anthropologie et la philosophie. Les sciences vétérinaires, l'éthologie et les sciences des médias ont également été intégrées. Cette littérature est récente. La majorité des travaux a été publiée pendant la réalisation du travail de recherche. L'impact de cette simultanéité a été l'approfondissement permanent des chapitres et leur réactualisation. Ensuite, notre étude, comme le souligne son sous-titre « Archéologie, filiation et développement d'une virtualité », n'est pas strictement centrée sur les jeux vidéo puisque les transformations historiques de la culture des enfants et des médias structurent le plan. C'est ce qui explique et justifie la consultation d'autres sources écrites et graphiques comme les livres de jeunesse, les bandes dessinées et les mangas. Enfin, nous avons eu recours à des textes littéraires, des encyclopédies, des guides, des catalogues d'exposition et des livres de photographie.

#### **4. Les sources écrites, graphiques et spatiales**

##### Le magazine de presse

Le second outil que nous avons privilégié est la presse spécialisée et dans une moindre mesure la presse généraliste. Le magazine de presse a représenté un support important qui a notamment été utilisé dans les chapitres consacrés aux jeux vidéo. La presse spécialisée possède l'avantage d'être continue, de traiter les jeux vidéo dans leur actualité et leur passé lorsqu'elle parle des jeux vidéo anciens inconnus ou jeux vidéo de référence. La presse spécialisée délivre donc des informations réflexives en provenance de l'intérieur du secteur. Notre référence principale a été le magazine français bimestriel *IG L'esprit du jeu vidéo* publié chez Ankama Presse. Jusqu'au douzième numéro, le magazine était libre de publicité.

Créé en 2009, la publication d'*IG L'esprit du jeu vidéo* a pris fin avec le numéro 27 en août-septembre 2013. Plusieurs raisons justifient le recours à ce magazine dans notre recherche.

N'étant pas destiné à un lectorat spécialisé ou initié, la qualité d'écriture des textes aussi bien dans leur style que dans leur contenu nous a permis de pénétrer aisément dans la complexité de la culture foisonnante du media. Cette facilité d'accès, renforcée par la classification en rubriques (actualité, people, rétrospectives, critiques, économie, culture, geekzone), offre une lecture du magazine thématique très efficace car précise. Pour utiliser un jargon du jeu vidéo, nous dirons qu'il est « facile à prendre en main ». En ce qui a trait plus directement à son contenu, nous lui attribuons deux qualités principales. La première est le traitement sérieux de thèmes et sujets insolites du jeu vidéo. Concrètement, les dossiers consacrés aux animaux dans les jeux vidéo de la rubrique *Analyse* nous ont fourni de précieuses informations sur les jeux de pêche ou la présence d'animaux dans les jeux vidéo (singes, chiens, chats, oiseaux, insectes, etc.). La deuxième qualité réside dans l'hétérogénéité des contenus et des acteurs et actrices intervenants. Les intervenants du secteur donnent leur point de vue sur leur travail, entreprise ou carrière. Les entretiens regroupent les acteurs et actrices principales du secteur : directeurs marketings, directeurs artistiques, chefs de projets, développeurs, compositeurs, programmeurs, journalistes et joueurs.

En ce qui concerne l'objet, la bonne qualité du papier, le soin apporté à l'esthétique et le format du magazine le rapprochent d'un livre. Ce magazine appartient d'ailleurs à la catégorie des *mook* qui est un mot composite fixé en 1971 combinant les mots anglais magazine et book. Il ne s'agit donc pas d'un magazine de format A4 dont on se débarrasse après la lecture mais d'un magazine dont on collectionne les numéros. En rapport aux spécificités du media, l'incommensurable avantage que possède le *mook* sur le livre est le primat donné à l'image. Sur la moyenne des deux cent cinquante pages que compte ce *mook*, chaque page contient trois ou quatre images (photographies, captures d'écran). S'il a été le magazine sur lequel nous avons reconstruit notre culture vidéoludique, des magazines plus traditionnels ont été consultés dans leur version papier ou en ligne ainsi que la presse généraliste. Les quotidiens possèdent désormais une rubrique consacrée aux nouvelles technologies ou aux jeux vidéo. Il est très important de préciser que certains journalistes du jeu vidéo ont un champ d'action qui dépasse le seul cadre de la presse. William Audureau qui travaille à la rubrique Pixels du journal *Le Monde* est en même temps un chercheur rattaché en histoire économique au laboratoire Institutions et dynamiques et de la société (IDHES), et auteur d'ouvrages sur l'histoire du jeu vidéo. Quant à Oscar Lemaire avec qui il a co-écrit *La Guerre des mascottes*,

*L'histoire de Mario vol.2 : 1990-1995* (2017), il est un journaliste indépendant qui opère pour Gamekult (un site), The Game ou le journal Le Monde.

En ce qui concerne les magazines de presse jeunesse consacrés aux animaux et aux *Pets*, l'achat d'exemplaires des magazines a été nécessaire afin d'en simplifier l'étude, d'en comparer les contenus et de constituer des archives personnelles disponibles et consultables sur le long terme.

### Le catalogue de jouets et de jeux

Mais quelle étrange leçon de géographie je reçus là ! Guillaumet ne m'enseignait pas l'Espagne ; il me faisait de l'Espagne une amie. Il ne me parlait ni d'hydrographie, ni de populations, ni de cheptel. Il ne me parlait pas de Guadix, mais des trois orangers qui près de Guadix, bordent un champ : « Méfie-toi d'eux, marque les sur ta carte... » Et les trois orangers y tenaient désormais plus de place que la Sierra Nevada.<sup>65</sup>

Un autre type de document est le catalogue en papier de jouets et jeux. Il s'agit des catalogues affiliés à de puissantes entreprises de l'industrie des loisirs - citons Steiff, Playmobil, Lego, Mattel (Barbie), Nintendo, Ravensburger, V-tech et Schleich - et les catalogues de Noël de grands magasins recouvrant l'intégralité des sept années de notre recherche (2010-2017) ont été analysés. Disponibles gratuitement et facilement accessibles dans tous les points de vente (supermarchés, magasins de jouets), ces catalogues permettent de suivre de près l'évolution des collections, d'établir la chronologie et d'étudier les discours promotionnels des textes, slogans et mises en page.<sup>66</sup> En outre, ce matériel possède l'avantage d'être plus « maniable » que les autres sources. Le catalogue est une surface d'écriture et une surface destructible. La possibilité de pouvoir acquérir plusieurs exemplaires facilite ce travail de transformation. En ce qui concerne les catalogues généraux de jouets, de jeux vidéo et les prospectus des magasins, c'est la classification des jouets et la vue d'ensemble de l'offre sur une période donnée sur lesquelles le chercheur peut étudier. Dans l'ensemble, nous avons privilégié les versions papier des catalogues aux versions en ligne en plus d'avoir visionné les spots publicitaires des jouets sur des sites d'archives comme l'Ina. Le catalogue de jouets et de jeux est assimilable à une carte sur laquelle le repérage de l'objet d'étude au sein de l'offre est

---

<sup>65</sup> Antoine de Saint-Exupéry, *Terre des Hommes*, Paris, (1939) 2003, p. 15.

<sup>66</sup> Dans l'ensemble, excepté les catalogues de magasins de jouets et les catalogues de Noël, les catalogues affiliés aux entreprises sont allemands, ce qui s'explique par notre lieu de résidence.

allégé car visible. Le catalogue est une carte sur laquelle le pilote doit repérer les vrais enjeux et vrais risques. Les chiens ont été nos orangers.

### Les sources audio-visuelles

En rapport direct avec notre objet d'étude, nous avons utilisé des sources audio-visuelles afin de travailler à partir des œuvres et non uniquement à partir de leur « digestion » par le discours journalistique et scientifique. Les bibliothèques municipales nous ont donné accès à des DVD disponibles dans les rayons jeunesse et adulte. L'intégration du support numérique DVD a été nécessaire. Ce support possède des atouts de premier ordre dans le visionnement d'une œuvre. Le menu donne accès à des chapitres de l'œuvre qui sont titrés. Ils séquentent le film, facilitent la navigation et le visionnement répété des scènes. Ainsi, un passage important pourra être visionné plusieurs fois. Le menu des DVD donne accès à la version originale du film (japonais, anglais), aux scènes coupées, aux publicités, courts-métrages et de manière générale à ce que l'on qualifie de « Bonus ». Dans certains cas, un DVD additionnel leur est réservé. Prenons l'exemple du DVD collector du film d'animation *Le monde de Nemo* (2004). Le premier DVD contient le film d'animation, une version commentée du film, les coulisses et scènes coupées et une option qui « transforme le téléviseur en un aquarium tiré des scènes du film ». Le deuxième contient une ramification de bonus : une encyclopédie sur les animaux réels qui ont inspiré ceux du film, des histoires à lire, des galeries d'images, la visite des studios, des interviews des personnages, une description des décors, des personnages et de l'art. Ces bonus renseignent le chercheur sur les liens étroits existant entre le documentaire animalier et la fabrication de ce film d'animation. Dans la vidéo *Explorons les récifs avec Jean-Michel Cousteau*, le fils du célèbre commandant présente la grande barrière de corail australienne qui a inspiré les décors du film d'animation « jusqu'au moment où... Dory, Marin et Nemo apparaissent à l'écran et prennent le contrôle des opérations : une surprise de taille qui va tout compliquer ! ». <sup>67</sup> Comme nous le remarquons, l'imbrication du réel et du fictif ne se dissimule pas, elle est revendiquée.

En résumé, le DVD est un support numérique qui insère le film dans une ramification (le menu, le disque additionnel). Il est un support matériel physique qui contient le DVD, la boîte, la couverture et le livret si bien qu'il se distingue nettement de l'expérience de la

---

<sup>67</sup> Extrait du livret de la version DVD collector *Le monde de Nemo* (2004).

projection au cinéma où le film apparaît comme « nu ». La démocratisation du DVD a en quelque sorte opéré la normalisation du séquençage des œuvres en plus d'en augmenter l'espace par l'intermédiaire des secrets de fabrication.

Pour revenir à la question des supports de visionnement, le déclin de la cassette VHS nous a permis de nous procurer des œuvres pour un prix non concurrentiel dans les marchés aux puces ou boutiques d'occasion<sup>68</sup>. Cette obsolescence technologique permet dans la mesure du possible d'avoir accès aux sources. Enfin, nous avons eu recours aux fiches disponibles sur les encyclopédies en ligne, les sites web consacrés au cinéma, les sites web officiels des studios d'animation, les sites web amateurs consacrés aux studios, les sites web portant sur les animaux, les sites web de presse généralistes et la production scientifique qui s'y rapporte. C'est ce qui nous conduit à l'incorporation d'Internet à notre recherche.

### Le réseau Internet

Deux années après le commencement de notre recherche, le choix de posséder une connexion Internet à domicile en a littéralement bouleversé l'évolution. Sans se substituer aux outils plus traditionnels, seul Internet a été dans la capacité de nous donner accès à certaines informations et documents iconographiques. Si le réseau Internet divise encore les historiens quant à son utilisation, notre sujet d'étude, de par sa spécificité, n'aurait pas pu être traité sans son concours. Les deux problèmes principaux ont porté sur la validité des ressources utilisées et la quantité quasi exponentielle d'informations et de liens. Il nous a donc été nécessaire d'être vigilant tout en étant reconnaissant vis-à-vis de sites amateurs qui abordent des médias et thèmes délaissés par la science.

En ce qui concerne les jeux vidéo, Internet a été l'outil le plus utilisé. Les sites web consacrés, principalement les sites web *jeuxvidéo.com*, *jeuxvidéo.fr*, *Gamekult.fr* et celui de l'Association Française des Jeux Vidéo *AFJV.fr* ont été consultés. Prenons pour exemple le site de référence *jeuxvidéo.com*. Sa tenue est permanente si bien que l'information évolue à un rythme quotidien continu. La recherche à partir d'un mot clé et la structure du site favorisent une navigation simple par consoles de jeux ou par supports (ordinateur, téléphonie mobile), etc. Les multiples rubriques (News, Tests de jeux, Archives, Dossiers, Images, Vidéos)

---

<sup>68</sup> La magie de fameuses bandes défilantes sur l'écran due à la détérioration de la bande de la cassette a suscité une certaine magie et une certaine nostalgie technique de l'époque pré-numérique.

permettent d'obtenir des informations complètes sur les jeux, les entreprises, le matériel et l'actualité des jeux vidéo. Historiquement, ce type de site web est un prolongement direct de la presse papier du jeu vidéo qui a débuté dans les années 1980, notamment avec le magazine *Tilt* (1982) avant de connaître son apogée dans la première moitié des années 1990 avec les titres *Player One*, *Consoles +* et *Joypad*. Ces sites en sont un prolongement. Nous y retrouvons le type de communication de ces magazines, à savoir le ton direct, le langage jeune et familier des journalistes et leur camaraderie dans les vidéos. Les journalistes symbolisent la proximité tout en arborant la qualité d'experts du jeu vidéo. Pour le chercheur, cet aspect peut se révéler assez rebutant lorsque les vidéos de *Gameplay* dans lesquelles des jeux vidéo sont commentés par les journalistes du site privilégient leurs discussions sans grand intérêt et leurs réactions très personnelles au véritable contenu des jeux.<sup>69</sup> Malgré cela, la qualité générale du contenu du site demeure élevée. Les dossiers portant sur l'actualité, les consoles de jeux, le matériel technologique, les entreprises, les rétrospectives et l'histoire des icônes et franchises nous ont transmis un savoir conséquent. Dans ce site, l'intérêt pour les jeux vidéo et ses cultures est exprimé par la passion et la curiosité réelles des journalistes pour ce media. C'est pourquoi la différence de fond et de forme des sites consacrés aux jeux vidéo - le site de l'AFJV est anonyme<sup>70</sup> et plus recentré sur les études de marché, les métiers du secteur et les analyses - renseigne le chercheur sur la multiplicité d'approches de ce secteur et fournissent des informations et points de vue complémentaires.

Parallèlement à la consultation de ces sites web consacrés aux jeux vidéo, notre odysée nous a portés sur différentes îles de l'espace de navigation virtuel. Nous avons consulté les sites web officiels des entreprises (Nintendo, Ubisoft, Casterman, Panini, Hachette, Hasbro) et les sites amateurs dédiés. Les sites officiels des licences de jouets, de films ou jeux vidéo ont retenu notre attention ainsi que les sites amateurs et professionnels consacrés aux medias tels que la bande dessinée ou l'animation (le dessin animé). Nous avons aussi consulté les sites web portant sur les animaux de compagnie, les sites de musées ou centres d'expositions et les sites web de radios et de télévision. Les pages ou blogs de chercheurs, les sites d'articles en ligne, les sites de revues et les fichiers de thèses (thèses vétérinaires) ont également été sollicités afin d'y effectuer des recherches bibliographiques, d'écouter une intervention dans

---

<sup>69</sup> Il faut tout de même nuancer la critique en précisant que l'auditoire vers lequel se dirigent les journalistes du site n'est pas le chercheur en sciences sociales. L'effort d'adaptation revient à ce dernier.

<sup>70</sup> Aucun journaliste ne personnalise le site. L'« humanisation » de ce portail est nulle. Ce site n'a pas de visage.

une émission radiophonique, de visionner une présentation dans un colloque ou de télécharger un document.

C'est très logiquement que les plates-formes *You tube* et *Dailymotion* ont fait partie de notre recherche. Elles nous ont permis de visionner des documentaires scientifiques, des colloques et présentations, des émissions télévisées, des dessins animés et films d'animation, des chroniques portant sur le jeu vidéo, des vidéos amateurs, etc. Métaphoriquement, l'espace Internet est comparable à un DVD. Le chercheur y trouve des documents sur lesquels il peut bâtir sa réflexion - c'est l'acte de visionner ou lire - comme il lui est possible d'y acquérir des précisions supplémentaires portant sur une source externe. Ces informations représentent une extension. Cette structure rappelle celle d'un menu dans lequel on clique sur les onglets intéressants. Plus généralement, c'est l'actualité des chiens dont Internet rend compte, des sites d'animalerie, sites de vente d'animaux en ligne, thèses vétérinaires en passant par les sites web de cimetières virtuels, Facebook des animaux de compagnie, blogs d'associations canines, etc.

#### L'outil ludique : les consoles et les jeux vidéo

Les consoles de jeux et les jeux vidéo ont constitué un outil de recherche important. Pour nous, il est tout à fait légitime de les intégrer dans la catégorie des sources. Selon nous, étudier les jeux vidéo ne peut se faire que par la prise en main et l'expérience du jeu. Le jeu vidéo est le media de l'interaction, c'est pourquoi nous avons appliqué la formule de Jacques Herriot selon laquelle jouer, c'est « se livrer au jeu ».<sup>71</sup> Dans notre pratique des jeux vidéo, la première étape a systématiquement consisté à jouer. En effet, le jeu, l'expérience et la réception et pratique personnelles du jeu vidéo analysé ont toujours précédé l'intégration d'informations et études s'y rattachant. Les six premiers mois de la recherche ont donc été exclusivement réservés à la pratique des jeux, elle-même divisée : une pratique « libre » ou immersive, indépendante de réflexion consciente et une pratique « analytique ». De la même manière que nous avons visionné l'intégralité des œuvres audio-visuelles sur lesquelles nous avons bâti notre réflexion, la connaissance des jeux vidéo par la pratique s'est imposée à nous. L'achat des consoles de jeu Nintendo DS et Nintendo 3Ds (respectivement 180 euros)

---

<sup>71</sup> Ammouche, p. 26.

ainsi que des jeux vidéo importants a été nécessaire. Ainsi, nous avons privilégié une console de jeu en particulier si bien que nous ne traitons pas la totalité du parc vidéoludique.

La possession du matériel ludique familiarise le chercheur avec son outil de travail et le rapproche de la position du joueur. Il prend possession de la machine et s'adapte aux types d'interactions offerts par le dispositif technique. Jouer à un jeu vidéo est facilité par le fait que l'action est balisée par le logiciel ludique. Cette caractéristique questionne l'« habitus ludique » (la formule est de Vincent Berry<sup>72</sup>) du chercheur et donc son habitude. Alors que les quelques tentatives de jeux (poupée, figurines) se sont avérées trop complexes dans le maniement des objets, l'invention d'une histoire et la spontanéité - le manque de « culture ludique » nécessaire à ce type de jouets était plus qu'évident -, la pratique des jeux vidéo n'a occasionné aucune gêne, aucune incompréhension ou résistance. Ma familiarité passée avec ce media et les caractéristiques propres au dispositif ont facilité l'interaction et la maîtrise rapide des différents jeux vidéo étudiés. Il s'agit d'une console de jeux portable facile à manipuler et de jeux vidéo principalement destinés aux enfants pour lesquels la dextérité, la réflexion et la frénésie ne sont pas requis. La possession des jeux vidéo a également permis l'étude des livrets (mode d'emploi) du jeu vidéo que contiennent les boîtes, de la couverture et d'être le possesseur de l'animal virtuel.

## 2. Les sources spatiales

Par sources spatiales, nous entendons les espaces géographiques réels visités tels que les boutiques de jeux vidéo, les magasins de jouets et les librairies dans lesquels nous nous sommes rendus régulièrement afin d'y collecter les catalogues, d'y rechercher les nouvelles acquisitions, de nous informer sur place auprès des professionnels et de les questionner, d'en photographier l'intérieur (rayons, objets) et de nous imprégner physiquement de l'atmosphère générale du lieu constituée de sons, bruits, couleurs, lumières, températures et mouvements. Cette observation flottante, qui est une confrontation géographique, s'est révélée fructueuse puisqu'elle a contraint le chercheur à s'immerger physiquement dans les catalogues de jouets qu'il étudie normalement dans son bureau. Une fois situé dans le magasin, il a la possibilité de matérialiser les dimensions réelles des jouets et objets, de les manipuler, de consulter les textes et images des emballages et de surcroît d'en étudier les modalités de l'espace. À titre

---

<sup>72</sup> Berry, 2015.



d'exemple, alors que la présence des peluches de chien dans les magasins de jouets rend sa présence au sein de l'offre évidente, la déambulation dans une boutique de jeux vidéo n'en dévoile aucune trace. La visibilité d'un chien sur une boîte de jeu vidéo dont la taille est réduite est minimale. La raison est que le magasin de jouets propose des objets hétérogènes, visibles et discernables tandis que la boutique de jeux vidéo étale des rayons de boîtes d'une taille et d'un format assez proches. Les jeux sont généralement classés par consoles et par état (neuf / occasion), et non par genre. La conséquence directe est que les simulations virtuelles d'animaux ne se retranscrivent pas distinctement dans l'espace géographique des magasins. Le deuxième type d'espace est le musée. Les expositions et salons visités ont logiquement eu pour objet le sujet central de notre recherche qu'est le chien, le sujet plus général de l'animal ou bien un chapitre précis de notre recherche (la culture japonaise, les jouets, les jeux vidéo).

Illustration 2



Le troisième type de source spatiale est la temporalité organique du chercheur, c'est-à-dire son corps. L'évidence que revêt l'objet d'étude pour le chercheur et l'intérêt qu'il lui porte, lorsque cet objet et les méthodes ne sont pas conventionnels, n'est pas systématiquement partagée par les autres. Les réactions, par la force de leurs répétitions se fossilisent jusqu'à interroger les origines du choix. Les incompréhensions, sourires, moqueries et dénégations, en plus de contraindre le chercheur à affûter le discours avec lequel il présente ses travaux et de lui apprendre à contrer ou maîtriser les attaques adverses, l'engagent à l'introspection. Étrangère à la logique de revendication et d'originalité, le lien entre les deux sujets - le « je » et le « jeu » - nécessite éclaircissement. L'introspection n'est pas superfétatoire :

La source spatiale organique : le chercheur face à son objet d'étude

Citons l'écrivain François Nourissier : « Il est bon, rentrant chez soi, d'y être accueilli par la fête riieuse d'un chien »<sup>73</sup>. Pour quiconque ayant vécu avec un chien, la remarque de François Nourissier est potentiellement chargée de sens et de sons. Avant même d'insérer la clé dans la serrure, les chiens « font la fête » aux humains au seuil de leur foyer commun. Dans nos sociétés, le chien errant a été banni et remplacé par le chien riant. Dans ce court paragraphe étranger à toute idée d'écrire une « lettre à ses chiens », il est question de clarifier le positionnement du chercheur dans son propre passé canin afin de le situer dans le présent. Exceptionnellement, on utilisera le « Je » et le « nous ».

L'inscription du chien est tout d'abord fixée dans mon identité civile. Phénomène moins diffus, cela montre tout de même que la nomination animale concerne également les humains. Mon prénom reprend celui de l'enfant acteur de la célèbre série télévisée française tirée du roman éponyme *Belle et Sébastien*. Fort heureusement, ma mère ne fut pas lectrice de bande dessinée franco-belge<sup>74</sup>. Enfant, en plus de mon prénom, j'ai dès le plus jeune âge partagé mon existence avec des chiens et si je ne me souviens guère des deux premiers chiens de ma vie que sont Peter et Diane présents sur de rares photographies, j'ai partagé de longues années avec trois autres chiens. Pour ne prendre qu'un unique exemple, le rituel de la promenade accompli au minimum deux fois par jour a défini mon emploi du temps durant cette époque. Si à l'intérieur de notre appartement, le degré d'entente et l'intensité des liens n'a pas été identique avec tous les chiens, à l'extérieur, notre identité sociale s'est constituée à partir de

---

<sup>73</sup> François Nourissier, *Lettre à mon chien*, Paris, 2002, p. 160.

<sup>74</sup> Des prénoms comme Tintin (et Milou), Boule (et Bill) ou Obélix.

notre coprésence dans l'espace urbain, ce qui représentait plusieurs quartiers. Pour résumer l'indissociabilité entre mes chiens et moi, nous dirons que me repérer dans l'espace en tant qu'individu membre du quartier signifiait connaître mes chiens : ma géométrie dans l'espace intégrait les coordonnées extérieures à mon corps : ceux de mes chiens. Ainsi, mon identité civile et mon identité sociale étaient porteuses d'un très bon odorat.

Dans l'espace exigü domestique de notre appartement d'une superficie de moins de 40 mètres carrés, la confrontation à la vie des chiens m'a conduit à être le témoin de leurs présences, leurs jeux, leurs habitudes, leurs violences, leurs sexualités, leurs maladies et même leurs morts. Je suis né parmi eux et j'ai connu mes premières morts avec les leurs<sup>75</sup>. J'ai également dû prendre position pour eux lors de conflits tels que les nuisances sonores, le financement onéreux des frais de vétérinaire, la gêne publique, etc. Aujourd'hui, penser à ce temps révolu ravive surtout les souvenirs quotidiens de leur odeur et de nos promenades en solitaire. Ces moments me sont les plus précieux : sans laisses, chaînes, médailles, tatouages et puces électroniques, nous avions nos heures de liberté communes dans notre *banlieue rouge* où jamais rien ne bougeait excepté nous. En résumé, du ventre maternel à l'âge de mes vingt-quatre ans, j'ai toujours vécu avec des chiens. Quant à la justification de vivre avec un chien...et de ne pas le manger...

- Moi, j'ai ça, dit William à l'improviste, de sa voix flûtée.

- Qu'est-ce que c'est ? dit brièvement le père, et William lui tendit une boule de poils qui gigotait.

- Un chiot, dit-il. Je l'appelle Chiffon.

Mère s'approcha inquiète

- Gare à l'indigestion, dit-elle. Les chiens deviennent vite des coriaces, à force de courir. N'attends pas trop pour le manger et surtout mastique-le bien, mon petit chéri.

---

<sup>75</sup> « La mort d'un chien, n'en déplaît à ceux qui refoulent la solidarité pathétique des êtres vivants, la sympathie immédiate du ressentir, est une mort en "deuxième personne", la mort d'un proche, avec sa personnalité, son histoire, sa vulnérabilité qui renvoie immanquablement à notre propre mort, la mort en première personne. C'est même une mort anticipée, la nôtre, celle dont on ne peut rien dire, sinon qu'elle est certaine, tandis que la mort en deuxième personne nous entraîne dans la déchirure de la séparation, de la perte et du deuil. La mort du proche écrit Jankélévitch, « ressemble le plus à la mienne sans être la mienne, et sans être non plus la mort impersonnelle et anonyme du phénomène social. C'est un autre que moi, alors je survivrai. Je peux le voir mourir. Je le vois mort. C'est un autre que moi et, en même temps, c'est ce qui me touche de plus près. Au-delà, ce serait ma mort à moi. La philosophie de la mort est faite pour nous par le proche qui est à notre côté » dans Jean-Marie Brohm, « Un chien se meurt... », dans *Prétentaine*, 7/8, 1997, p. 297-310, ici p. 305.

- Mais je ne veux pas le manger ! protesta William, et déjà ses yeux s'embuaient de larmes [...]
- Allons, allons, dit tante Aglaé pour calmer les esprits. Cet enfant a toujours été un peu hystérique, il faisait déjà des crises étant tout jeune. Laissez-moi le faire, je vais le calmer. Écoute, William chéri, les toutous, ça mord, ça fait pipi partout. Donne-le-moi. Je vais te le préparer et tu l'auras tout seul pour ton souper.
- Idiote ! hurla William en tapant du pied, sale bonne femme ! Je te déteste ! Et le chien se mit à aboyer furieusement. Déjà Oswald se levait d'un air déterminé, mais le père le fit rasseoir.
- Un moment, dit-il. Calme-toi mon petit [...] Mais alors, qu'est-ce que tu veux en faire ?
- Je veux l'élever, p'pa, hoqueta William. C'est un pauvre orphelin, et il est trop petit pour suivre la meute. Il grandira et ce sera mon ami<sup>76</sup>.

De manière plus générale, j'étais un enfant appartenant à la catégorie floue des « enfants qui aiment la nature et les animaux ». Habitué des animaleries, en plus des chiens, nous avons possédé dans notre appartement exigü de la banlieue ouvrière parisienne des tortues de Floride, des hamsters, des cochons d'Inde, des perruches et à l'occasion des poissons. Pour la majorité, les cages et les aquariums se trouvaient dans ma chambre. Coincer un quartier de fruit, placer un os de seiche, changer l'eau, acheter des accessoires, nettoyer les cages étaient des pratiques de vie hebdomadaires. Au final, les cages ne restèrent jamais vides, les animaux se succédèrent. Et puis, après plusieurs années de vie commune durant lesquelles les cages ne cessèrent d'être approvisionnées sans explication préalable, ma vision s'est transformée. Alors que je voyais des animaux, tout à coup, je voyais les barreaux des cages. Du statut d'« enfant qui aime les animaux » et qui les maintient pourtant dans des cages, terrariums ou aquariums, j'étais devenu un jeune adulte désanimalisé. Contrairement à ma vie partagée avec mes chiens que je n'idéalise pourtant nullement, cet autre versant de mon passé dérange ma conscience malgré le recul des années. La cicatrice n'a pas encore cicatrisé. S'il est nécessaire de citer des références littéraires - par exemple la torture d'un crapaud, l'humiliation violente d'un chien, l'acte de tuer des animaux - les expériences de chacun constituent les biographies anonymes tout aussi structurantes et traumatisantes. Ce passé est douloureux. Depuis lors, je fréquente très peu de chiens dans ma vie quotidienne. Contrairement aux chercheurs qui vivent en leur compagnie et aux travaux récents portant sur les chiens qui ont amené une rencontre avec des chiens vivants, le contexte est différent. Le risque d'anthropomorphisation paraît moindre : je ne suis pas l'humain de compagnie d'un chien ! Cette thèse universitaire

---

<sup>76</sup> Roy Lewis, *Pourquoi j'ai mangé mon père*, Arles, 1990, p. 59.

serait-elle dès lors une manifestation idiosyncratique d'une résistance au processus de ma « décanisation » ? La question méritait d'être posée.

### La concordance des temps : l'effet générationnel

En ce qui concerne mes rapports aux médias, à la technologie de communication et de loisirs, la probabilité qu'ils paraissent incongrus est élevée. La distance qui me relie au sujet est fondatrice et somme toute assez intrigante. L'intérêt scientifique porté aux nouvelles technologies ludiques ne s'inscrit nullement dans un intérêt personnel ou un intérêt passionnel mais s'explique par la nécessité d'étudier les logiques de la numérisation des chiens - et des animaux en général - au sein de nos sociétés. Sans affirmer « back to the trees » comme le très opportuniste oncle Vania<sup>77</sup>, mon itinéraire ne confirme pas ce que l'objet d'étude pourrait laisser entrevoir : celui d'un joueur de jeu vidéo ou d'un passionné d'informatique.

Contrairement à ce qu'affirme l'anthropologue et psychologue Sherry Turkle, nous ne sommes pas tous des cyborgs<sup>78</sup>. Depuis maintenant dix ans, dans ma quête de lenteur, de sobriété et de frugalité ainsi que ma distanciation vis-à-vis de la modernité et de son régime chronophage et carnivore est structurante. À titre indicatif, pour asseoir une identification juste du chercheur, voici une liste de symboles de la modernité que le végétarien que je suis devenu ne possède plus : une montre, une voiture, un agenda (électronique), une télévision, un magnétoscope, une caméra, un lecteur MP3, un téléphone portable, un smartphone, une tablette. Je ne possède pas non plus de compte sur un réseau social virtuel, ne tiens pas de blogs et ne consulte aucun forum à titre personnel. Contrairement à la grande majorité des chercheurs sur l'objet jeu vidéo, je ne suis ni joueur passionné de jeu vidéo ni séduit par les nouvelles technologies ni féru d'informatique<sup>79</sup>. Je ne suis ni geek ni collectionneur de jouets ou de livres anciens.

L'émergence du sujet est une concordance des temps, à savoir mon appartenance à la génération née dans les années 1980. Cette génération est une génération coutumière des technologies portatives (le walkman de Sony), de la télévision, du magnétoscope, de la

---

<sup>77</sup> *Id.*, 1990.

<sup>78</sup> Turkle, 2015.

<sup>79</sup> C'est à l'âge de 24 ans que j'ai acquis un ordinateur personnel pour la première fois afin de pouvoir rédiger mon Master en sociologie (2007). Mon apprentissage de l'écriture au clavier date de cette période.

publicité, des dessins animés, des jouets médiatiques, des cartes à collectionner / à jouer, des mangas, des magazines, des jeux vidéo avec cartouches et CD principalement japonais. Je fais partie de cette génération de France qui s'est construite par cette culture mondialisée et « japonisée ». Comme d'autres chercheurs qui ont pour objet d'étude le jeu vidéo, j'ai été téléspectateur, joueur, lecteur et auditeur.

Le contexte est favorable. Cette recherche n'est donc pas originale. Elle n'est pas non plus d'avant-garde. Elle s'inscrit dans son temps et l'actualité du monde, de notre époque numérique et ludique. Celui-là même que les chiens aiment renifler : l'institutionnalisation universitaire en voie d'accomplissement de l'animal et des jeux vidéo comme objets de recherche légitimes, mon rattachement à la génération multimédia de la fin du vingtième siècle, mon histoire individuellement collective avec des animaux de compagnie et ma quête de sobriété heureuse. Les trajectoires se recourent.

## **5. Le plan de la recherche**

Notre étude se divise en neuf chapitres ou « niveaux » pour utiliser un lexique plus propre au media de l'interaction. Ce plan a été conçu selon le modèle d'un jeu vidéo de plate-forme dans lequel un chien dirige à l'écran un avatar humain (le chercheur) dans les différents niveaux.

### Niveau 1

Le premier chapitre aborde la littérature de jeunesse dans son histoire et évolution numérique. Ce chapitre a pour objet l'historicisation du livre destiné aux enfants dans les bouleversements qu'il a provoqués : l'intensification de la pratique de la lecture, l'arrivée de nouveaux lecteurs, le retour de l'image et l'illustration dans le media livre, sa centralité dans l'institution scolaire et le quotidien des enfants. Le rapprochement au sein du livre et de la littérature entre l'enfant et l'animal est annonciateur et fondateur du développement à venir des medias au XXe siècle.

## Niveau 2

Dans le deuxième chapitre, l'avatar est dirigé dans un monde rempli de cases et de phylactères : la bande dessinée. La dialectique entre les mots et les images y a été redéfinie. Symbolisant le triomphe de l'image, la bande dessinée a été portée par le développement de la presse (journal, suppléments). L'histoire du futur septième art, bien avant celle des jeux vidéo, pose la question de sa légitimité et son influence néfaste sur le lectorat. Nous nous intéresserons à sa géographie (Europe, États-Unis, Japon), à ses registres (humour) et à son langage. Nous découvrirons que les chiens de la bande dessinée franco-belge, créatures anthropomorphisées, créent des tensions entre le chien réel et le chien de fiction dans nos interactions quotidiennes.

## Niveau 3

Le troisième chapitre est consacré à l'art de l'animation et aux dessins animés projetés dans les salles obscures et diffusés à la télévision. Dans ce niveau, le chien dirige l'avatar humain à l'intérieur d'un monde d'images sonores et musicales en perpétuel mouvement. À l'instar de la bande dessinée dans laquelle elle puise son eau, l'histoire de l'animation nous permettra d'en constater l'essor croissant au XXe siècle et son omniprésence actuelle. Nous nous intéresserons à ses origines artistiques et géographiques, aux studios principaux et à la rupture provoquée par la normalisation du cinéma avant que la télévision n'installe durablement dans les foyers du monde moderne les programmes de jeunesse et les publicités. Relié à la littérature, la bande dessinée, la presse, les jouets et les jeux vidéo, nous nous intéresserons donc à l'« écosystème médiatique » du dessin animé par le traitement des produits dits dérivés.

## Niveau 4

Le quatrième chapitre prolonge le niveau précédent puisqu'il traite du cinéma, du documentaire animalier et de la publicité. L'étude du cinéma opère un changement. Elle introduit le chien vivant et ses performances d'acteur au milieu des chiens de fiction des trois premiers niveaux. Après avoir introduit les genres cinématographiques plutôt improbables - la science-fiction, l'horreur et le cyberspace -, nous nous concentrerons sur sa place dans les films d'aventure et de comédie destinés à un public familial. La transformation numérique des chiens et d'autres animaux nous conduira au traitement du documentaire animalier. Loin d'être une digression, nous tenterons de montrer que ce type de programme consacré à la

vulgarisation scientifique n'est aucunement neutre. C'est ce que démontre la présence de scènes de fiction, le montage, le recours à une narration précise (la voix off), l'évolution technique de la capture, l'enregistrement du mouvement animal et de son intégrité corporelle (pose d'émetteurs, caméras mobiles). Nous remarquerons que l'interaction de nouveaux jeux vidéo a rapproché les animaux « sauvages » de ces documentaires de nos interactions (ludiques) avec les chiens. La dernière sous-partie de ce vaste niveau est consacrée aux spots publicitaires. L'animal vivant acteur y fait la promotion de produits, services et causes de manière humoristique mais aussi tragique. La qualité du chien en tant qu'atout de promotion vente positionne le chien au centre de la communication des entreprises.

### Niveau 5

Le cinquième chapitre s'éloigne de l'écran pour replonger de nouveau l'avatar-chercheur dans un monde de papier. La première partie de ce niveau se focalise sur un support méconnu bien que central et mondialisé des cultures de l'enfance : l'album Panini. Nous étudierons comment les spécificités de ces albums à vignettes autocollantes séquentent les thèmes des albums (film, dessin animé, jeu vidéo) à travers la fixité de ces images, avant d'en extraire la particularité des présences canines dans les titres consacrés. L'album Panini possède la spécificité de regrouper les thèmes principaux de la culture des enfants - le documentaire animalier, les animaux de compagnie, le cheval, le dessin animé - et permet au lecteur-colleur de vignettes d'intégrer ces images dans des jeux et les joutes de la cour de récréation. La deuxième partie de ce chapitre traite les magazines de presse de jeunesse *Pets* en pleine croissance depuis quelques années. Entre vulgarisation scientifique, opportunité éditoriale, vitrine des licences du jouet et de la segmentation du marché (distinction par âge et sexe), ces magazines destinés aux jeunes enfants se présentent comme des objets ludiques et multimédias. L'animal y apparaît comme mignon et amical. Arrivé à la moitié de ce jeu vidéo de plate-forme si particulier, le chien dont le goût pour le jeu est partagé avec l'humain, manipule progressivement l'avatar vers l'issue.

### Niveau 6

Le chapitre six place l'avatar dans l'espace du magasin de jouets. Après l'introduction du jouet en tant qu'objet de recherche et l'intérêt que représente l'analyse de son versant animal - nous étudierons la peluche en tant qu'objet transitionnel, objet « réaliste » et jouet - nous nous focaliserons sur les jouets les plus courants, à savoir les univers des jeux à la poupée avec ses



chiens accessoires, ceux des figurines mobiles en plastique ou en bois et enfin ceux des jouets et jeux pédagogiques électroniques. L'objectif sera d'appréhender les différents registres et fonctions des chiens dans les jouets et d'en reconstituer l'histoire. Exclusivement réservé aux enfants, le jouet (moderne) est un objet très médiatique au centre des préoccupations des rituels collectifs de célébration de la famille, des enfants et du marché mondialisé qui l'alimente.

### Niveau 7

Le chapitre sept nous transporte vers le Japon, le pays des jouets, de l'électronique et des robots dont la culture a imprégné le monde de la fin du XXe siècle. L'histoire de l'entreprise japonaise Nintendo, leader mondial dans le marché des jeux vidéo, est précieuse puisqu'elle témoigne des transformations du Japon moderne et de la reconfiguration du marché mondialisé des loisirs. L'expansion de la culture populaire japonaise dans le monde occidental mais aussi asiatique par l'intermédiaire des mangas, de la « Japanimation » (dessins animés), des jeux électroniques et des jeux vidéo sera étudiée.

### Niveaux 8 et 9

Le chapitre huit se consacrera à l'analyse du versant animal des grands jeux vidéo de la firme Nintendo que sont les quatre séries Donkey-Kong, Mario, Zelda et les Pokémon. Les animaux y apparaissent sous différentes formes : avatar, monture, animal à capturer et dresser, ennemis à combattre, etc. Enfin, le dernier chapitre se consacrera à l'étude des simulations canines de la console Nintendo DS, c'est-à-dire l'analyse des jeux vidéo de chiens de compagnie. Le jeu vidéo atypique *Nintendogs* (2005) de la console de jeu portable Nintendo DS avec lequel le chien virtuel de compagnie s'est durablement imposé à une échelle internationale en constituera l'épicentre.

Illustration 3



Courrier International n° 981, 2009

Il est peu vraisemblable que cette femme en plein vertige joue à *Nintendogs* !

## **Chapitre I**

### **La littérature de jeunesse**

C'est en 1658 que parut l'*Orbis sensualium pictus* de Johann Amos Comenius ; parce qu'il fut le premier, pour illustrer le monde, à associer des images et des mots accessibles aux enfants, il devint un ouvrage de référence et fut le point de départ du rôle essentiel que Nuremberg allait jouer dans l'édition de livres et des jeux pour enfants.<sup>80</sup>

Webster s'était redressé de son fauteuil et, penché en avant, fixait les flammes – Pourquoi pas, après tout ? demanda-t-il. Un chien a une personnalité. On la sent dans chaque chien que l'on rencontre. Il n'y en pas deux qui soient exactement semblables d'humeur et de tempérament. Tous sont intelligents, à des degrés divers. Il n'en faut pas davantage : une personnalité consciente et une certaine dose d'intelligence. Ils n'ont pas eu de chance, voilà tout. Ils souffraient de deux handicaps. Ils ne savaient pas parler et ils ne savaient pas se tenir debout, de sorte qu'il leur était impossible de jamais avoir de mains. Sans cette question de langage et de main, nous pourrions très bien être à la place des chiens et les chiens à notre place. – Je n'avais jamais envisagé la question sous cet angle, dit Grant.<sup>81</sup>

Cerné de toutes parts, le livre est sommé de rentrer dans l'ordre numérique. Après le cuisant échec du livre électronique lancé en fanfare au début des années 2000, les conditions semblent aujourd'hui réunies pour que les start-ups, géants de l'électronique et multinationales du Web mettent fin au règne du cube de papier.<sup>82</sup>

---

<sup>80</sup> Bruno Girveau et Dorothée Charles (éd.), *Des jouets et des hommes*, Paris, 2011, p. 38.

<sup>81</sup> Clifford Simak, *Demain les chiens*, Paris, 2015, p. 96.

<sup>82</sup> Cédric Biagini, *L'emprise numérique. Comment Internet et les nouvelles technologies ont colonisé nos vies*, Montreuil, 2012, p. 39.

## Introduction : Lire avec les bêtes

Or il s'agit bien de partir d'une évidence, celle de l'omniprésence de l'animal dans la culture et la littérature de l'enfance et plus largement de la jeunesse, bien plus importante et massive que dans tous les autres champs de représentation : des animaux partout, de toutes sortes, dans tous les sens et dans tous les genres, dans les premiers albums pour tous jeunes lecteurs jusque dans les romans adolescents, aux frontières extrêmes de l'enfance.<sup>83</sup>

La question animale qui fait l'objet de nombreuses réflexions en sciences naturelles, humaines et sociales ou littéraires réinvestit les textes de littérature dits classiques. Les questionnements inédits opèrent une relecture en profondeur des présences animales. Ils s'attachent à en étudier les caractéristiques des animaux dans les contes et les fables ainsi que les significations omises dans le passé. Le traitement historique de l'enrôlement des animaux dans la première guerre mondiale a par exemple permis de découvrir des scènes jusque-là oubliées de romans classiques.<sup>84</sup> Il s'agit donc d'une relecture de l'évidence et de l'inconnu. La présence du chien dans la littérature n'est pas définitivement établie. La littérature de jeunesse n'est donc pas la seule littérature à mettre les vécus animaux en mots. Que l'on songe aux textes portant sur les chiens de Marcel Aymé, Jack London, Alphonse Allais, Dino Buzzati, Genevoix, Jules Renard, Louis Pergaud, Colette, Charles Nodier, François Nourissier, Guy de Maupassant, Hector Malot, Georges de Buffon, Georges Duhamel, etc. Aujourd'hui, en plus de ce corpus littéraire « légitime » avec lequel un patrimoine culturel est constitué, une littérature « illégitime » existe. De l'ouvrage *Colloque de chiens* de Miguel de Cervantès publié en 1613 à la biographie du chihuahua de la personnalité médiatique Paris Hilton publiée en 2004 sous le titre *Journal intime de Tinkerbelle Hilton*, la présence des chiens dans les livres se révèle hétérogène !<sup>85</sup> Quant à la volonté d'un auteur de déplacer son regard, l'intensité est là aussi variable : pour Jean-Christophe Bailly, contrairement au caractère figé du maître et du chien dans *Maître et chien* de Thomas Mann, Franz Kafka trouble cette scission par le jeu opéré sur les places assignées à l'humain et au chien.<sup>86</sup> Aux présences de

---

<sup>83</sup> Florence Gaiotti, « Présences animales dans les mondes de l'enfance », dans *Cahiers Robinson*, n° 34, 2013, p. 5–10, ici p. 5.

<sup>84</sup> Éric Baratay, *Bêtes des tranchées. Des vécus oubliés*, Paris, 2013.

<sup>85</sup> André Demontoy, *Dictionnaire des chiens illustres. À l'usage des maîtres cultivés*, Paris, 2012; *id.*, *Dictionnaire des chiens illustres. À l'usage des maîtres cultivés*, Paris, 2013.

<sup>86</sup> Jean-Christophe Bailly, *Le versant animal*, Paris, 2007, chap. 15, 16, 17.

l'animal dans les mondes de l'enfance, encore devons-nous rappeler celles des animaux dans la littérature des adultes, qu'elles soient légitimées ou non. D'ailleurs, jusqu'à preuve du contraire, les écrivains et illustrateurs demeurent des adultes ou, si l'on préfère, de grands enfants.

À la littérature destinée aux adultes, c'est la constitution d'une littérature de jeunesse qui nous préoccupera dans ce chapitre. Comme chacun peut l'observer après un court passage au rayon jeunesse d'une librairie ou bibliothèque : « Si l'animal a toujours hanté la littérature, que ce soit dans les mythes, les légendes, les contes, les satires ou les fabliaux, il est aujourd'hui plus spécifiquement l'apanage de la littérature enfantine ».<sup>87</sup> L'omniprésence des animaux est en effet incontestable, notamment celles du chien et du grand méchant loup des contes.<sup>88</sup> Cette centralité du loup et du chien dans le livre se déploie de surcroît dans d'autres genres littéraires, dans la bande dessinée, la caricature, le dessin animé, le cinéma, le documentaire animalier, etc.<sup>89</sup> La littérature a puisé dans les traditions orales avant d'influencer à son tour les autres sources de plaisir et savoir des enfants. Si dans certains livres, le choix de l'animal est sans fondement et résonance, les histoires que nous racontent les livres sont liées aux représentations culturelles des animaux. À ce titre, la présence importante de l'ours dans la littérature de jeunesse est révélatrice. Après avoir été maltraité par les chaînes, les montreurs et les numéros de spectacles de rue, c'est principalement par le biais de l'ours en peluche que cet animal a reconquis une centralité dans nos univers mentaux et cultures qu'il avait perdu<sup>90</sup> : que l'on songe à l'ours *Baloo* du roman *Le livre de la jungle*, à *Winnie l'ourson*, *Petit Ours brun* ou dans un registre plus adulte, à la trilogie *À la croisée des deux mondes* (1998-2002) de Philip Pullman.<sup>91</sup> L'ours a en quelque sorte été réintroduit : chaque enfant lecteur vous le dira, il ne faut jamais vendre la peau de l'ours avant de l'avoir lue !

En ce qui concerne les chiens, leur présence est multiple puisqu'on les retrouve dans les fables, les contes, les imagiers, à côté de *Oui-Oui* ou du jeune enfant Medhi du roman *Belle et*

---

<sup>87</sup> Carole Brugeilles, Isabelle Cromer et Sylvie Cromer, « Les représentations du masculin et du féminin dans les albums illustrés ou comment la littérature enfantine contribue à élaborer le genre », dans *Population*, n° 57, 2002, p. 261–292, ici p. 274

<sup>88</sup> Marc Rufo, « Loup, y es-tu ? Entends-tu ? », dans Boris Cyrulnik (éd.), *Si les lions pouvaient parler. Essais sur la condition animale*, Gallimard, 1998, p. 1334–1347.

<sup>89</sup> Isabelle-Rachel Casta, « L'animalité métaphorique en dark fantasy », dans *Cahiers Robinson*, n° 34, 2013, p. 157–168; Corinne Montoya-Sors, « Il était une fois le loup...ou les nouvelles mésaventures du petit chaperon rouge dans quelques dessins humoristiques », dans *Ridiculousa*, n° 6, 1999, p. 209–226.

<sup>90</sup> Jean Servier, *L'homme et l'invisible*, Paris, 1964.

<sup>91</sup> Isabelle Olivier, « Animaux merveilleux et philosophiques dans à la croisée des Mondes », dans *Cahiers Robinson*, n° 34, 2013, p. 169–182.

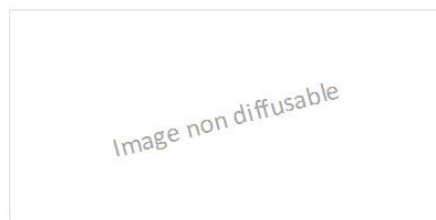
*Sébastien*, dans les autobiographies animales en tant que personnage principal (ex : *Les mémoires d'un caniche* de Julie Gouraud, 1866), personnage de passage (*Mémoires d'un âne*, la comtesse de Ségur, 1860) ou dans les livres ayant participé à l'effort de guerre (ex : *Nos braves toutous à la guerre*, Charles Guyon, n°161, collection « Les livres Roses de la Guerre »).<sup>92</sup> Si des ouvrages adaptent la vie et les actes de chiens existants « hors du commun » (chien sauveur, soldat, chien détective, etc.), d'autres inventent les personnages. Cette invention, notons-le, peut prendre un chien réel pour modèle, si bien que l'opposition entre le chien fictif et le chien réel est davantage une question de degré qu'une opposition catégorique. Le personnage d'une fiction narrative peut s'inspirer d'un chien vivant et réciproquement, le chien fictif d'un roman peut aboutir à une action concrète sur le chien réel. Un exemple parmi d'autres est le roman de Jack London *Michaël chien de cirque* publié en 1915. Nous constatons que la frontière entre le chien fictif et le chien réel est à comprendre et à appréhender comme un lieu de passage :

*Michaël chien de cirque* est un réquisitoire contre le dressage des animaux à des fins de spectacle. Le livre eut un grand retentissement. Le traitement des chiens de cirque y est décrit de telle façon que, suite à la publication du livre, de nombreuses voix s'élevèrent contre ce type de pratique. Le premier « Club Jack London » fut créé à Boston en 1918 par le docteur Rowley. Ses membres s'engageaient à ne jamais encourager les exhibitions d'animaux dressés.<sup>93</sup>

Illustration 1



Illustration 2



---

<sup>92</sup> Laurence Olivier-Messonier, « La grande guerre et l'exploitation de l'animal à destination des enfants », dans *Cahiers Robinson*, n° 34, 2013, p. 81-92.

<sup>93</sup> Demontoy, 2013, p. 340.

*Nos braves toutous à la guerre*, Larousse, 1915

*Michaël chien de cirque*, 1915 (Hachette, 1961)

Les couvertures de ces deux ouvrages nous conduisent à la grande singularité de la littérature de jeunesse : le primat donné à l'image. L'illustration des œuvres dites « classiques » telles que les fables de La Fontaine garantit le succès auprès des enfants. Les illustrations de Gustave Doré et de Benjamin Rabier ne se contentent pas d'accompagner les textes, elles leur donnent une identité visuelle, un corps et du même coup simplifient l'intelligibilité des mots. Michel Manson, en ce qui concerne les autobiographies animales du XIXe siècle, souligna le rôle médiateur tenu par l'image dans la perception et compréhension du texte : « [...] il faut noter l'importance des illustrations qui montrent les animaux en train d'écrire : elles concourent à rendre crédible l'autobiographie animale ». <sup>94</sup> Dans la littérature de jeunesse, c'est l'illustration des animaux qui prédomine et non la photographie que l'on retrouve davantage dans la presse. Historiquement, les créatures zoomorphes de Grandville et Jules Hetzel ont eu une influence déterminante dans la création de ce bestiaire de créatures hybrides de la littérature de jeunesse. Ce chapitre traitera de l'émergence du livre de jeunesse : la matérialité du livre, la révolution de la lecture, les spécificités de cette littérature et les transformations du livre en cours, notamment l'interactivité et le jeu. À l'instar des jeux vidéo, le livre est avant tout là pour nous divertir...et continue de nous instruire avec les chiens.

---

<sup>94</sup> Michel Manson, « Quand les animaux écrivent pour les enfants. Les autobiographies animales au XIXe siècle », dans *Cahiers Robinson*, n° 34, 2013, p. 49–66, ici p. 66.



## I. La révolution de la lecture

Il avait observé des lecteurs et des lectrices qui se lèvent et se couchent avec un livre à la main, ne le lâchent pas à table, le posent près de leur travail, l’emmènent en promenade et ne peuvent se séparer d’une lecture qu’ils ont commencée avant de l’avoir terminée. Mais à peine ont-ils dévoré la dernière page d’un livre que déjà ils regardent autour d’eux, avides d’en trouver un autre ; et où qu’ils aperçoivent quoi que ce soit qui soit susceptible de prendre place sur leur étagère ou d’être lu, sur une coiffeuse, sur un pupitre ou ailleurs, ils s’en emparent et se jettent dessus. Pas un fumeur, une buveuse de café, un buveur de vin, un joueur qui ne puisse être attaché à sa pipe, à sa tasse de café, à sa bouteille, à sa table de jeu comme ces gens avides de lire le sont à leurs lectures.<sup>95</sup>

Suffirait-il de remplacer dans le texte le mot livre par téléphone portable pour moderniser son contenu ? Alors que le passage de la lecture dite intensive à celle dite extensive est aujourd’hui bien établi, l’« épidémie de lecture collective » décrite en 1796 outre-Rhin par l’ecclésiastique Johan Rudolf Gottlieb montre avec acuité le parallèle historique entre le livre et nos appareils sophistiqués modernes. La révolution de la lecture de la fin du XVIIIe en Europe nous renseigne sur le fait que la légitimité du livre et de la lecture n’a pas été immédiate. Les symptômes décriés de cette « rage de lire » sont réactualisés dans les critiques modernes adressées aux nouvelles technologies.

Avant l’omniprésence du livre dans nos sociétés du XXIe siècle et la banalisation de la pratique de la lecture, le recours à leur histoire nous préserve de confronter trop hâtivement le papier à l’écran. Ainsi, deux siècles après sa révolution, qu’elle soit faite sur papier ou écran, la lecture est une pratique légitime et encouragée. Ces transformations représentent un bouleversement : après avoir été utilisé dans la fabrication de l’objet livre, les animaux vont intégrer leur contenu par la force des mots et des images de la littérature de jeunesse destinée aux nouveaux lecteurs. On le présage, les animaux ont accompagné les enfants dans l’histoire de la lecture et les mots des fables d’Ésope, Phèdre et La Fontaine<sup>96</sup> furent illustrés par des

---

<sup>95</sup> Guglielmo Cavallo et Roger Chartier (éd.), *Histoire de la lecture dans le monde occidental*, Paris, 2001, p. 357.

<sup>96</sup> « Mais l’auteur qui, dans cette pensée du XVIIe siècle, a pris la défense du règne animal comme bafoué par la pensée systématique et qui l’a fait avec une tournure philosophique indéniable et avec des éléments de savoir

artistes renommés tels que Gustave Doré (1832-1883). Aujourd'hui, l'accumulation des siècles et des publications dans les librairies et bibliothèques a définitivement inscrit la présence des animaux au sein des livres. Ils se retrouvent presque partout : contes, comptines, imageries, livres cassettes et CD, encyclopédies, sciences, romans, travaux manuels, travaux artistiques, séries, bandes dessinées, etc. En l'espace de deux siècles seulement, la littérature de jeunesse et de manière plus générale le livre de la jeunesse ont été décisifs dans l'émergence et la constitution du concept historique de l'enfance. C'est dans ce contexte que les animaux des livres sont à définir quoi que l'origine en soit plus profonde : l'omniprésence des animaux dans ces livres serait la concrétisation logique de l'imaginaire des enfants. Les animaux vivraient dans des mondes qui leur sont irrésistibles.

Si comme le soutient Mithen, penser à propos des animaux et considérer ceux-ci de façon flexible comme des gens ou comme des choses est une caractéristique de l'intelligence humaine, on doit s'attendre à ce que les enfants s'appuient spontanément sur l'imagerie et les personnages animaux à mesure que leur sentiment du moi émerge et se cristallise. Rosemary Wells, auteure de livres pour enfants résume les choses ainsi : les animaux vivent dans un monde où les enfants semblent plonger spontanément.<sup>97</sup>

Destiné aux enfants chez qui l'imaginaire est indissociable des animaux, le livre de jeunesse aurait été dans l'impossibilité de faire l'impasse sur leur présence. Nous retrouvons cette idée sur les couvertures des ouvrages comme sur celle du livre de travaux pratiques *Animaux rigolos* : « Si on écoutait les enfants, la maison se transformerait en véritable ménagerie ! [...] Amusants, articulés ou sonores, voici des animaux toujours prêts à jouer, sans être envahissants ! Il suffit d'un peu de papier, de carton et de peinture ».<sup>98</sup> Nous remarquerons la culpabilité des enfants (« Si on écoutait les enfants »), le peu de moyens utiles à la construction d'un animal sans oublier la critique implicite adressée aux « vrais animaux » qui affirme que ceux de papier sont toujours prêts à jouer et ne sont pas envahissants. C'est une argumentation qui s'apparente à celle des animaux des simulations de vie de jeux vidéo et les robots animaux ! Sans même nous confronter à l'indissociabilité entre le livre de jeunesse et la présence d'animaux, derrière les besoins et attentes des enfants, c'est l'histoire de ces livres qu'il nous faut écrire.

---

positifs, qui sont des éléments pouvant être considérés comme le point de départ de l'étude éthologique, c'est-à-dire l'étude des mœurs, des conduites des animaux, c'est La Fontaine » (Gilbert Simondon, *Deux leçons sur l'animal et l'homme*, Paris, 2004, p. 83).

<sup>97</sup> Gail Melson, *Les animaux dans la vie des enfants*, Paris, 2009, p. 206.

<sup>98</sup> Denis Cauquetoux, *Animaux rigolos*, Paris, 2009 (sur la couverture de dos).

## 1. Les livres de l'école de la République

On dit que votre âge est sans pitié, mes enfants [écrit l'auteur]. Vous êtes surtout sans pitié lorsque vous êtes ignorants. Si vous vous rendiez compte du mal que vous faites, vous ne voudriez pas le faire. Pensez un instant que l'animal est sensible, qu'il souffre comme vous, qu'il aime comme vous, et vous ne songerez plus à arracher les ailes du petit oiseau, à détruire les œufs dans les nids, à priver les mères des enfants qu'elles élèvent. (Mézières, 1883, p.89)<sup>99</sup>

Si nous associons les histoires des livres au rituel du coucher, c'est-à-dire à un cadre domestique et intime, les livres scolaires ont eux aussi contribué à la construction civique, morale et mentale des enfants. En tant qu'institution du savoir, les connaissances et les aspirations de la jeunesse de la fin du XIXe siècle y ont été formées. De récentes recherches ont montré la diffusion à cette époque des travaux de Buffon dans les programmes et manuels scolaires : « Leçons de choses, dictées, récitations et exercices se sont appuyés sur des extraits ou des contractions de ses portraits d'animaux, considérés comme des modèles de rhétorique et de morale. Nous avons ainsi appris que la chèvre est « capricieuse », [...] la lionne, « moins courageuse et plus tranquille que le lion », etc. ».<sup>100</sup> Cette forte présence du philosophe et naturaliste français est à mettre en rapport aux lois Ferry qui à partir de 1882 placent les sciences physiques et naturelles dans les programmes scolaires. Cette orientation aboutira à la création de manuels scolaires de sciences appliquées et à l'introduction des animaux dans le contenu pédagogique global des manuels. L'analyse faite de la place des animaux au sein des « romans scolaires » le met en lumière. Dans cette phase d'urbanisation de la France, le chien y était présenté comme le compagnon des écoliers de la campagne.<sup>101</sup> Ainsi, une étude approfondie de ce corpus scolaire, notamment des représentations du chien, est à effectuer afin d'en étudier le contenu et de le comparer aux autres supports visuels et textuels des enfants en dehors du cadre scolaire. Les recherches en sociologie historique et politique de Christophe Traïni sur la protection animale démontrent toute l'intensité avec laquelle l'instruction publique fut intégrée et sollicitée dans les intentions et mécanismes de la

---

<sup>99</sup> Christophe Traïni, *La cause animale. Essai de sociologie historique. 1820-1980*, Paris, 2011, p. 61.

<sup>100</sup> Emmanuelle Héran, *Beauté animale*, Paris, 2012, p. 88.

<sup>101</sup> Guillemette Tison, « Le bestiaire des écoliers de la IIIe République », dans *Cahiers Robinson*, n° 34, 2013, p. 35-48.

protection animale de la seconde moitié du XIXe siècle.

L'accueil favorable dont bénéficie la SPA parmi les pédagogues du pays est tel que les instituteurs ont probablement contribué de manière non négligeable à l'augmentation du nombre d'adhérents qui caractérise le début des années 1880. Cet afflux est jugé suffisamment précieux pour que le décompte des nouvelles adhésions publié dans le bulletin de la SPA consacre une rubrique spéciale, d'une part aux instituteurs, d'autre part aux écoles ayant rallié la cause. De fait, les doctrines de la SPA semblent avoir été entièrement assimilées à l'entreprise démopédique que les Républicains français confient alors à une armée vaillante d'instituteurs. Ainsi, le manuel d'Alfred Mézières, *Éducation morale et instruction civique à l'usage des écoles primaires*, consacre son quatrième chapitre aux devoirs envers les animaux et explique aux enfants le contenu de la loi Grammont ainsi que la mission de la SPA.<sup>102</sup>

En résumé, l'instruction publique est à rattacher à ce qu'il nomme « la montée en puissance de la tendresse » dans nos sociétés. La jonction historique entre les poèmes, les exercices scolaires, les récompenses scolaires, la littérature de jeunesse, la presse, les peluches et l'avènement des animaux de compagnie aurait participé à donner une place inédite de choix aux chiens dans la société.<sup>103</sup> Et puis, encore ne devons-nous pas oublier qu'à une époque assez récente des animaux vivants étaient présents dans les salles de classe ! Quant à « la montée en puissance de la tendresse », c'est avec précaution qu'il est nécessaire de l'appréhender, d'une part parce qu'elle n'était pas destinée à toutes les espèces animales – les programmes scolaires distinguaient les nuisibles des non-nuisibles, les animaux familiers et les animaux exotiques – d'autre part, parce que la tendresse est à observer dans le détail, notamment pour ce qui est de l'ordre de sa mise en pratique réelle dans nos relations et traitements des animaux.

---

<sup>102</sup> Traïni, 2011, p. 61.

<sup>103</sup> *id.*, 2011, notamment le chapitre 4 « éclairer l'ignorance, polir la barbarie ».

## 2. L'album historique de la littérature de jeunesse

Un rapide coup d'œil sur les étagères de toute librairie pour la jeunesse bien achalandée nous apprend que les animaux guident les premières rencontres d'un jeune enfant avec les livres. À la fin du XIXe siècle la littérature de langue anglaise pour les enfants est passée d'une instruction morale didactique, avec de fortes doses de citations bibliques, à des histoires conçues pour divertir et non plus seulement instruire ; dans ce mouvement, les enfants comme les animaux sont passés de la périphérie au centre de la scène.<sup>104</sup>

Écrire une histoire des chiens dans la littérature de jeunesse est une entreprise ambitieuse. Les obstacles sont de plusieurs ordres. Le premier d'entre eux est la quantité de l'offre, la production étant pléthorique. Ce secteur, bien que peu médiatisé, n'est pas un sous-genre puisqu'environ vingt pourcent de la production lui est destiné.<sup>105</sup> Au sein de l'offre, les logiques de distinction font une différence entre la littérature « légitime » ou classique et la masse insipide de livres produits en série. Une conséquence directe de cette inflation est l'homogénéité : De nombreux textes se répètent sans grande originalité. Les étagères seraient-elles remplies d'une diversité de livres ou de pâles copies de quelques livres de référence ? Plus en lien maintenant à l'objet livre, c'est sa définition qui est problématique. En effet, la démarche qui consiste à identifier le livre et à le distancer d'autres objets comme le jouet doit être prise en compte : nous pensons au livre-jouet ou aux jouets destinés aux tout-petits présentés comme interactifs.<sup>106</sup> Le livre, plus qu'un espace fermé, peut être appréhendé comme un espace médiatique ouvert : il est un espace de passage. C'est le cas lorsqu'une œuvre littéraire est transformée par l'illustration puis dans un second temps par une

---

<sup>104</sup> Melson, 2009, p. 197.

<sup>105</sup> « Il est très difficile de parler de la production pour la jeunesse. Plus de 5000 titres nouveaux par an, qui peut avoir une vue d'ensemble ? On a tendance à ne considérer que la littérature de jeunesse « légitime » et ignorer la production « de masse », ce qui donne une idée fautive et de l'état réel de la littérature de jeunesse et des pratiques des jeunes lecteurs [...] La production pour la jeunesse est pléthorique. Avec plus de 9000 titres en 2003, dont 4000 nouveautés, elle a doublé en vingt ans. Elle est la « locomotive » du marché, car c'est le seul secteur, avec les bandes dessinées et les livres pratiques, dont le chiffre d'affaire continue à progresser. Le nombre d'éditeurs pour la jeunesse est important – plus de cent – et ne cesse d'augmenter, mais il est inquiétant que dix éditeurs se partagent 67% du « gâteau ». On peut également regretter que l'édition pour la jeunesse reste si peu médiatisée, alors qu'un livre sur cinq lui est destiné » (contribution de Bernard Friot dans Max Butlen et Danielle Dubois-Marcoïn, « Débat sur les évolutions de la littérature jeunesse, entre création, édition et enseignement », dans *Le français aujourd'hui*, n° 149, 2005, p. 7–19, ici p. 7).

<sup>106</sup> Dominique Rateau, « Un livre, est-ce que c'est comme un jouet ? », dans *Spirale*, n° 24, 2002, p. 96–98.

adaptation théâtrale. Un texte adapté au théâtre ne sollicite pas les animaux de la même manière que le texte originel : la transposition de *La Comédie humaine* d'Honoré de Balzac (1799-1850) en « comédie animale » par les dessins de Grandville (1803-1847) connaîtra un deuxième ajustement lorsque les dessins seront adaptés pour la scène. Les costumes des animaux de la scène se différencient des dessins. Leur fonction n'est pas comparable. Un autre exemple est le passage du livre au dessin animé. À titre illustratif, les chiens de la troupe de *Rémi sans famille* que sont Capi, Zerbino et Dolce ont été adaptés en dessin animé. Il s'agit de la série japonaise en animation 3D réalisée en 1977 et diffusée en France pour la première fois en 1982.<sup>107</sup>

### Illustration 3



### Coffret DVD du dessin animé japonais *Rémi sans famille* (Manga)

C'est par ce dessin animé réalisé cent ans après la publication du roman *Sans famille* d'Hector Malot (1830-1907) que la génération d'enfants consommatrice de programmes télévisés a partagé les aventures de Rémi et sa troupe d'artistes animaux dans les années 1980 et 1990. Selon Serge Tisseron, l'influence du livre *Sans famille* se retrouve de surcroît en Belgique dans l'œuvre d'Hergé, créateur de Tintin et Milou. Dans son analyse de la bande dessinée Tintin, Serge Tisseron a en effet consacré un chapitre au livre d'Hector Malot. Il y observe

<sup>107</sup> Information extraite du site web : <http://www.planete-jeunesse.com/fiche-2-remi.html> consulté le 14.03.2013

plusieurs parallèles. Dans *Sans famille*, le partenaire canin du héros nommé *Capi* est un chien blanc. En outre, Hergé a lui-même cité *Sans famille* comme étant son livre le plus cher. Le point intéressant pour nous est de montrer qu'il existe un lien potentiel entre les deux chiens de fiction que sont Capi et Milou.<sup>108</sup> En résumé, les chiens du roman français *Sans famille* ont influencé la bande dessinée belge et ont été animés par le dessin animé japonais, avant de nous parvenir ! Les mots se déplacent dans l'espace et dans le temps et nous reviennent en dessins. Le cube de papier qu'est le livre se situe dans un écosystème médiatique plus englobant. Le roman *Belle et Sébastien* de Cécile Aubry a été décliné : disque, série télévisée, chanson, dessin animé, manga, jouets, etc.

#### Illustrations 4-7



Roman, Hachette, 1965



Disque (série télévisée), Philips, 45 tours, 1969

---

<sup>108</sup> Serge Tisseron, *Tintin et le secret d'Hergé*, Paris, 2009.



Film, de Nicolas Vanier, 2013



*Belle et Sébastien*, le roman du film, 2013

La question reste donc posée : comment appréhender le livre de jeunesse du XXI<sup>e</sup> siècle dans ce dédale de mots, d'images, de sons et de jeux ? Le compte-rendu de l'ouvrage *Introduction à la littérature de jeunesse* d'Isabelle Nières-Chevrel fournit des éléments de réponses.<sup>109</sup>

La littérature de jeunesse a transformé l'objet livre : le succès du romanesque, l'arrivée au milieu du XIX<sup>e</sup> siècle de ces lecteurs inédits qu'étaient les femmes et enfants, l'engouement pour les feuilletons, l'augmentation des traductions (ex : *Nils Holgerson* en 1912, *Le livre de la jungle* en 1913), la révolution amenée par la reproduction mécanique des images, le véritable triomphe de l'album, et enfin la bonne santé économique atteinte par le secteur dans les années 1950. En rapport à l'image, l'auteure montre la radicalité du changement : les contes, en passant de l'oralité au texte imprimé sont devenus inséparables de l'image, ce qui lui fera dire qu' « avec l'imprimé, s'est perdu le corps à corps du conteur et de son auditoire, et l'image est là pour compenser cette perte ».<sup>110</sup> Ces histoires qui visaient principalement la bouche et l'oreille du jeune lecteur se sont recyclées en une affaire d'œil. D'autre part, la création de l'album qui a élargi la textualité et replacé l'image au cœur du papier des livres, l'imprimerie de Gutenberg ayant rompu avec les manuscrits médiévaux comme nous l'avons précédemment précisé. L'album marque le retour et le développement de l'image au sein du carré de papier. Le narrateur verbal est de nouveau associé au narrateur iconique.

L'histoire triomphale de l'album a redéfini la place de l'image. Cette résurgence de l'image a

<sup>109</sup> Le compte-rendu d'Anne-Marie Chartier (2009) est disponible sur : <http://strenae.revues.org/91>.

<sup>110</sup> Tiré du compte-rendu d'Anne-Marie Chartier (2009), sur : <http://strenae.revues.org/91>.



un terrain privilégié d'exploration de la tension entre le narrateur verbal et le narrateur iconique. La créativité s'y est exprimée. En 1930, l'ouvrage *Mon chat* de Nathalie Parain a été novateur en libérant du livre les dessins « qui flottent sans perspective, transgressant toutes les règles de mise en page ».<sup>111</sup> La manière de dessiner les animaux s'est modifiée elle aussi. Le créateur du canard Gédéon que fut Benjamin Rabier (1864-1939) en est la preuve : ayant été adaptés dans les films animés, les animaux de ses albums se verront dotés de mouvements décomposés en plusieurs dessins, un résultat proche de la bande dessinée. Nous citerons Félix Lorient (1872-1964) qui transforma les animaux des Fables de La Fontaine et des Contes de Perrault par le type de couleur appliquée, l'anthropomorphisme plus prononcé des dessins ou la dimension fantastique. Rojankovsky qui élèvera des animaux dans son atelier (coq, canard, lapin écureuil...) afin de pouvoir les dessiner d'après nature est à l'origine de la célèbre série *Romans des bêtes* dont *Panache l'écureuil* (1934) fut le premier album. Il fut un collaborateur de Paul Faucher, le fondateur de la collection *Les albums du Père Castor* chez Flammarion en 1931 « qui renouvellent le livre pour enfants en France, tant dans son aspect que dans son contenu, son graphisme, ses images, ses textes ».<sup>112</sup> Cette conception teintée de nouveaux principes éducatifs visera à attribuer une fonction inédite au livre « en lui donnant une valeur affective propre à stimuler la créativité de l'enfant ».<sup>113</sup> Enfin, en rapport aux textes, l'auteure mène une réflexion sur les remaniements qu'occasionnent les traductions et adaptations d'ouvrages. Surtout, elle s'interroge sur le phénomène de novélisation des films et dessins animés qui ciblent les publics populaires. Elle l'associe aux « techniques employées sous l'Ancien Régime pour les « livres bleus » vendus par colportage (abrégé le texte, le découper en chapitres brefs, éliminer les descriptions ou commentaires, multiplier les paragraphes, raccourcir les phrases, réduire le lexique) ».<sup>114</sup>

Destinée aux enfants, la littérature de jeunesse n'est pas marginale. Bien au contraire, elle constitue un modèle réduit de la littérature. Les genres et les écrivains qui y sont représentés le confirment. Du côté des auteur(e)s, les trois raisons retenues comme déterminantes dans l'écriture sont le plaisir de conter, le plaisir suscité auprès des enfants et le retour à sa propre

---

<sup>111</sup> Dossier de la Bibliothèque nationale de France (BNF), *L'album, emblème de l'évolution du livre pour enfants*. 6 pages. Non daté. Disponible sur : <http://expositions.bnf.fr/livres-enfants/pedago/albums.pdf>.

<sup>112</sup> Dossier de la Bibliothèque nationale de France (BNF), *L'album, emblème de l'évolution du livre pour enfants*. 6 pages. Non daté. Disponible sur : <http://expositions.bnf.fr/livres-enfants/pedago/albums.pdf>.

<sup>113</sup> Dossier de la Bibliothèque nationale de France (BNF), *L'album, emblème de l'évolution du livre pour enfants*. 6 pages. Non daté. Disponible sur : <http://expositions.bnf.fr/livres-enfants/pedago/albums.pdf>.

<sup>114</sup> Tiré du compte-rendu d'Anne-Marie Chartier (2009), sur : <http://strenae.revues.org/91>.

enfance que l'écriture crée. L'écriture permettrait aux artistes adultes de se soustraire au quotidien d'adulte. Si la lecture du livre accompagne l'enfant vers l'âge adulte, sa création transporte l'artiste vers son enfance. Nous reviendrons sur ce passage entre l'âge adulte et l'enfance au cours de notre recherche.

### 3. L'avènement de l'animal-enfant

Une figure émergea au sein de la littérature de jeunesse : il s'agit de l'animal-enfant. Isabelle Nières-Chevrel retient les animaux « compagnons » (ex : Rintintin), les animaux qualifiés de « réalistes » (ex : Croc Blanc, Moby Dick), mais se focalise sur l'animal-enfant tel que *Peter Rabbit* (1902) en Angleterre ou *Babar l'éléphant* (1931). Pour l'auteur, cette figure qui date du début du XXe siècle est considérée « plutôt animal anthropomorphe qu'humain zoomorphe ».<sup>115</sup> L'hypothèse émise est que les animaux servent à inciter les enfants à entrer dans l'humanité. En apprenant à lire, ils se rapprochent de ce qu'ils sont censés devenir, c'est-à-dire des humains et non de quelconques animaux. C'est ce qui explique la malléabilité du bestiaire (domestique, sauvage, imaginaire). La figure de l'animal-enfant serait la première étape de leur construction identitaire : « Héros de l'entre-deux » (nature et culture, règle et instinct, liberté et contrainte), l'animal-enfant marche debout, est vêtu, mange à table avec ses parents, se fait des copains, comme apprend à le faire le « petit homme ». De là, sa raréfaction dans les livres pour les plus grands [...] ». <sup>116</sup> Une fois l'apprentissage de la lecture effectué, les héros enfants leur succèdent. L'ours est l'animal qui semble le plus fortement représenté. Si comme le soutient Michel Pastoureau, le *Roman de Renart* symbolisa la chute du Roi des

---

<sup>115</sup> Tiré du compte-rendu d'Anne-Marie Chartier (2009), sur : <http://strenae.revues.org/91>.

<sup>116</sup> Tiré du compte-rendu d'Anne-Marie Chartier (2009), sur : <http://strenae.revues.org/91>.

animaux<sup>117</sup>, c'est l'ours en peluche qui réintroduira l'ours dans la littérature de jeunesse avec des personnages tels que *Winnie l'ourson* en 1926, *Michka* en 1941 et bien sûr *Petit ours brun* en 1979. Plus ancien, citons *La Famille Martin* (1878) et le personnage de Baloo dans *Le livre de la jungle* (1894). De plus, il est à noter que si la caricature a tenu un rôle fondateur dans l'histoire de l'ours en peluche (le jouet), son influence sur la littérature de jeunesse est envisageable. Du côté des éléphants, c'est le célèbre *Babar* de Jean de Brunhoff qui confirme qu'Isabelle Nières-Chevrel ne s'est pas « trompée »<sup>118</sup>. À ce titre, il est notoire que l'entrée des animaux et des enfants dans la littérature de jeunesse se soit effectuée de manière parallèle dans la deuxième moitié du XIXe siècle<sup>119</sup>. Marie-Françoise Melmoux-Montaubin montre le lien très étroit que la littérature a opéré entre l'enfant et l'animal : le rôle des collections de l'éditeur Pierre-Jules Hetzel, la présence animale dans les illustrations, l'anthropomorphisation de l'animal comme moyen d'accès aux jeunes lecteurs. En se limitant au roman de Stahl *Histoire d'un âne et de deux filles* (1874), à ceux d'Hector Malot *Sans famille* (1878) et *En famille* (1893), ainsi qu'au roman *P'tit bonhomme* (1893), Marie-Françoise Melmoux-Montaubin analyse les noms des animaux, leur incorporation dans un projet moralisant (le rôle des éducateurs, la valeur de l'exemple), la tendresse de la relation animal-petit garçon (l'animal devient un ami, un frère ou un parent), la nécessité de sa présence en sa qualité d'animal salvateur et l'hybridité opérée entre l'enfant et l'animal : le fait que les corps soient difficilement distinguables, que l'intelligence animale atténue la hiérarchie et que l'affection soit posée comme un des fondements de la famille brouillent la prétendue frontière. Malgré cela, l'animal reconnu savant, ne représente aucune menace pour l'humain.

À rester focalisé sur le passage entre l'humain et l'animal, le chercheur en sciences sociales, notamment celui de sexe masculin, en oublie une composante : la misogynie de la littérature de jeunesse. En mettant en scène des animaux, l'album de jeunesse devient représentatif des représentations du masculin et du féminin. L'omniprésence animale nécessite l'incorporation des animaux de littérature dans les études scientifiques portant sur le *genre*. Parmi les différents travaux universitaires, les travaux d'Anne Dafflon Nouvelle portant sur les albums

<sup>117</sup> Michel Pastoureau, *L'ours. Histoire d'un roi déchu*, Paris, 2007, plus précisément, le chapitre « Un animal humilié » p. 211-244.

<sup>118</sup> Dossier de la Bibliothèque nationale de France (BNF), *L'album, emblème de l'évolution du livre pour enfants*. 6 pages. Non daté. Disponible sur : <http://expositions.bnf.fr/livres-enfants/pedago/albums.pdf>.

<sup>119</sup> Marie-Françoise Melmoux-Montaubin, *L'enfant et l'animal dans la littérature de jeunesse du second XIXe siècle*, L'animal du XIXe siècle, site de l'université Paris 7, octobre 2008, colloque organisé par l'université Paris 7, sur : <http://www.equipe19.univ-paris-diderot.fr/Colloque%20animal/Melmoux-Montaubin.pdf>.

destinés aux enfants jusqu'à trois ans font ressortir que le sexisme est le plus prononcé dans cette catégorie. Anne Dafflon Nouvelle identifie les animaux anthropomorphes comme support idéal pour l'androcentrisme.<sup>120</sup> Quant à la recherche plus quantitative de Carole Brugeilles, Isabelle et Sylvie Cromer, il ressort plusieurs éléments. Tout d'abord, c'est l'écart important entre les intentions didactiques et ludiques revendiquées par les artistes et leur réalisation qui a été relevé. Aux deux revendications majeures que forment la distraction et la familiarisation à l'écrit, les auteurs des ouvrages ajoutent l'aspect didactique, ce qui, selon les auteures de cette étude, ne se retranscrit nullement dans l'album : « Les albums sont remarquables par la grande simplification des repères historiques, géographiques, culturels et sociaux. Livres d'apprentissage, ils rendent paradoxalement assez peu compte de la diversité du monde ». <sup>121</sup> Ces albums posséderaient un espace-temps spécifique dans lequel la nature est atemporelle. Cet effacement conditionnerait la création du personnage. Le phénomène de novélisation et la fixité du monde qui s'y rattache trouveraient leur explication dans la structure économique : « Pour vendre partout il faut présenter une réalité exempte de particularisme ». <sup>122</sup> La nature est fixe, la scène de théâtre est immobile. L'attention donnée au personnage anthropomorphe le place au centre du récit des albums, le « livre vu » et non le « livre lu », selon la formule de Paul Valéry. Le port de vêtements, les ajouts corporels (les cils, la coiffure, le rouge à lèvres) sexualisent les corps des personnages mais c'est bien l'ensemble de variables qui rend compte de la fabrication de l'identité et de rapports sociaux de sexe dans l'album illustré. De surcroît, le sexe n'est pas l'unique aspect important. « L'âge, le rôle (personnage principal, secondaire), la catégorie des personnages (personnage humain, animal habillé, animal réel), les fonctions parentales et les activités du personnage, sans négliger le lectorat auquel est destiné l'ouvrage et le sexe des auteurs et illustrateurs ». <sup>123</sup> La nouveauté et la spécificité de ces travaux universitaires est d'avoir incorporé les animaux dans une recherche sur le genre au sein de la littérature avec une distinction entre animaux anthropomorphes et animaux réels. Les premiers sont caractérisés comme ayant « une apparence animale plus ou moins imaginaire. Ils sont dotés d'un comportement essentiellement humain, les critères humains (non cumulatifs) les plus importants du comportement humain étant d'être habillé, debout, de

---

<sup>120</sup> Eliane Ferrez et Anne-Claude Dafflon, « Sexisme dans la littérature enfantine. Analyse des albums avec animaux anthropomorphiques », dans *Cahiers Internationaux de Psychologie Sociale*, n° 57, 2003, p. 23-38.

<sup>121</sup> Brugeilles, Cromer et Cromer, 2002, p. 271.

<sup>122</sup> *id.*, 2002, p. 272.

<sup>123</sup> *id.*, 2002, p. 268.

vivre dans une maison et d'avoir des activités spécifiquement humaines ». <sup>124</sup> Quant aux seconds, ils vivent davantage « dans un monde animal ou avec des humains qui, malgré des projections anthropomorphiques (pensées, sentiments), sont représentés essentiellement comme des animaux ». <sup>125</sup> L'incorporation des animaux dans une étude critique sur la question du *genre* dans la littérature est pertinente. Elle se montre éclairante mais demeure difficilement transposable dans les recherches scientifiques actuelles qui ont les animaux pour objet à cause du dénigrement des animaux à l'œuvre :

[...] au-delà du risque de dénaturation de l'animal, l'utilisation de l'animal réel, à la croisée des discours idéologiques sur la nature et culture n'est pas ambiguë ni risqué, d'autant que le glissement vers la représentation humaine se fait par le biais de l'animal déguisé, anthropomorphe : les lois pérennes ne sont ni équivalentes aux lois humaines, historiques et culturelles. L'animal, s'il permet la généralisation et la distanciation, autorise l'effacement de l'histoire, de la technique et de la culture, la simplification et la hiérarchisation du monde, le maintien d'un statu quo dans l'ordre social et notamment dans les rapports entre les sexes (Guillaumin, 1992). <sup>126</sup>

Prendre en considération et faire une analyse des animaux qui de fait sont omniprésents dans la littérature enfantine est juste, encore ne faudra-t-il plus s'évertuer dans le futur à tendre vers une critique de la discrimination du féminin par le repli sur ce très pratique et très fonctionnel propre de l'homme dont on évacue les animaux d'un revers de main. Il est nécessaire d'éviter toute facilité et de montrer le mal fondé d'une telle approche. Le réflexe de pensée consiste à soutenir que les animaux n'ont pas de culture, que les animaux n'ont pas d'histoire, que les animaux ne possèdent nulle technique, que les animaux constituent un danger pour l'humanité car ils nous sont inférieurs. Ce réflexe de pensée est insoutenable et assez erroné. C'est pourquoi un travail en commun des universitaires qui effectuent des recherches sur le genre et sur les animaux s'avère indispensable afin de garantir une prise en considération plus équitable. Que les animaux soient utilisés dans le dénigrement du féminin est un aspect qui ne doit en aucun cas aboutir à un dénigrement des animaux. Et pour conclure, à la dépréciation du féminin, la dépréciation du masculin n'est pas à omettre : il est lui aussi constitutif de l'animal dans la littérature.

Lorsque le motif du fiancé animal est traité au féminin, dans les quatre contes que nous avons cités initialement, c'est davantage la séduction, la grâce, la coquetterie, la beauté, le charme qui sont mis en

---

<sup>124</sup> *id.*, 2002, p. 268.

<sup>125</sup> *id.*, 2002, p. 268.

<sup>126</sup> *id.*, 2002, p. 274.

exergue, ce que Marie-Agnès Thirard juge comme étant « un parti-pris d'excellence ». Alors que les fiancés animaux sont dévalorisés, que les descriptions souvent péjoratives insistent sur leur caractère bestial, monstrueux, sauvage, petite chatonne, belle biche, charmante et tendre colombe et jolie guenon sont humanisées et peintes à leur avantage. À travers un traitement différencié des métamorphoses animales, Mme d'Aulnoy remettrait en cause le pouvoir de l'époque, essentiellement réservé aux hommes.<sup>127</sup>

## II. Bouillon de culture du livre de jeunesse

Mais l'intérêt des textes destinés aux enfants ne se limite à leur éventuelle qualité littéraire. Aussi importante me semble leur présence dans le tissu culturel d'un pays, dans les références de la vie quotidienne, mais également dans les différentes expressions artistiques, dont la littérature qui nous intéresse ici. Pour tous les pays qui ont une tradition littéraire, la littérature de jeunesse est une des composantes – trop souvent négligées – de ce qui construit une culture nationale.<sup>128</sup>

La littérature de jeunesse, comme les jeux vidéo, est exposée dans les hauts lieux de la culture et du savoir. Elle interroge les universitaires. Ce processus de légitimation est incontestable.<sup>129</sup> La patrimonialisation de la littérature de jeunesse, tout du moins de certaines œuvres, et des jeux vidéo aboutiront à une plus juste appréhension de ce qui avait jusqu'alors été négligé et déprécié par les élites. Cette culture nationale, pour reprendre l'appellation d'Isabelle Nières-Chevrel, rassemble des titres d'une qualité jugée inégale. En effet, malgré l'approbation du doctorat pour des séries moins prestigieuses, une scission tranchée divise la littérature de

---

<sup>127</sup> Valentine Depauw, « La figure de la bête dans les contes des XVII<sup>e</sup> et XVIII<sup>e</sup> siècles », dans *Cahiers Robinson*, n° 34, 2013, p. 23–34, ici p. 31.

<sup>128</sup> Isabelle Nières-Chevrel, « Faire une place à la littérature de jeunesse », dans *Revue d'histoire littéraire de la France*, n° 102, 2002, p. 97–114, ici p. 97.

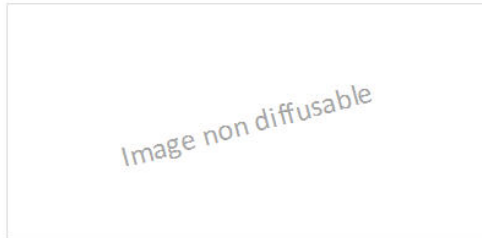
<sup>129</sup> L'exposition « Babar, Harry Potter et Cie. Livres d'enfants d'hier et aujourd'hui » 2008-2009, BnF. Le site de l'exposition est consultable sur : <http://expositions.bnf.fr/livres-enfants/expo/decouverte/index.htm>.

jeunesse avec d'un côté une littérature perçue comme littéraire et artistique et de l'autre, celle dite commerciale. Une auteure telle que la romancière anglaise Enid Blyton (1897-1968), auteure de plus de 600 livres dont les fameuses séries *Oui-Oui*, *Jojo Lapin*, *Le Club des cinq* et *Le clan des sept* est populaire en Angleterre mais non reconnue en France.

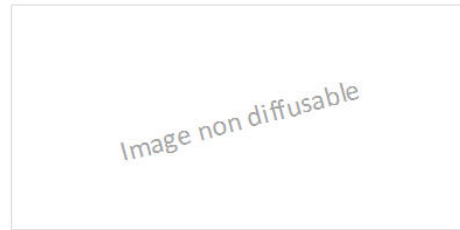
L'auteure nous intéresserait en raison de la forte présence de chiens dans ses œuvres les plus célèbres : Dagobert (nom français) dans *Le Club des cinq*, Moustique dans *Le Clan des Sept*, Foxy dans *Les cinq détectives*, etc. À cela, il faut ajouter la somme de chiens apparaissant dans les histoires sans en être des personnages récurrents. L'objectif de notre recherche, rappelons-le, ne consiste pas à répondre à l'attente des adultes mais à s'intéresser à ce que lisent les enfants. Ces séries – très en vogue dans les années cinquante – nous acheminent à l'autre caractéristique principale de la patrimonialisation de la littérature de jeunesse, à savoir le transmédia. Connaître *Belle et Sébastien* de Cécile Aubry ou *Le Club des cinq* d'Enid Blyton ne signifie pas obligatoirement que l'enfant a lu le roman mais peut-être qu'il a regardé la série télévisée ou écouté les cassettes audio. Nous soulignons que la série *Martine* éditée chez Casterman qui jusqu'à récemment était limitée au papier des livres, a été adaptée en 2012 en série d'animation en trois dimensions, ce qui inclut ses deux compagnons, le chien Patapouf et le chat Moustache ! Pour résumer, l'histoire de la littérature de la jeunesse recoupe celle de la presse, de la bande dessinée et de l'audiovisuel. Les échanges ne sont pourtant pas mécaniques puisque les personnages canins les plus célèbres de la littérature ne se sont pas nichés dans le jeu vidéo : une icône canine internationale telle que *Lassie, chien fidèle*, positionnée entre littérature, presse, bande dessinée, télévision et cinéma, ne semble pas avoir été déclinée en jeu vidéo.

Illustration 8

Illustration 9



*Oui-Oui et le chien qui saute*, 2002  
(France)



*Le Club des cinq en embuscade*, 1963 (1967 pour la France)

## 1. La bibliothèque rose et verte

Confrontés à la quantité de titres de la littérature de jeunesse, parmi les maisons d'édition Albin Michel jeunesse, Casterman, l'École des loisirs, Gallimard jeunesse ou Flammarion père Castor, nous examinerons les cas de Bayard et Hachette, toutes les deux dominantes et implantées.

Bayard est un éditeur de référence dans trois domaines distincts : jeunesse, religieux et senior. Présent en Europe (Allemagne, Belgique, Pays-Bas, Espagne), en Amérique (Canada, États-Unis), en Asie (Chine, Philippines) et en Afrique (Burkina Faso), Bayard possède 150 magazines (36 millions de lecteurs) et vend 8 millions de livres par année. Avec 4800 titres à son catalogue, Bayard est un éditeur majeur qui en plus participe à des projets plus généraux.



Depuis 2008, le groupe Bayard est membre du *Club de la planète* de L'ADEME (l'agence de l'environnement et de l'énergie). Il a également créé *La fête de la nature*, en rapport au magazine *Terre sauvage* lancé en 2007. Quant à Bayard jeunesse, elle regroupe des magazines, des livres et des bandes dessinées majeurs : pour les magazines, citons les titres *Popi* (1-3ans), *Babar* (2-6ans), *J'aime lire* (7-10ans), *Astrapi* (7-11ans), *Okapi* (10-15ans), pour les livres *Petit ours brun*, *Grand galop*, *Chair de poule*, etc. Le groupe Bayard participe à l'essor du numérique. En effet, les produits papier sont diffusés en version numérique, de nouveaux contenus numériques sont créés, les applications (emag, jeux, services) se multiplient et une bibliothèque numérique destinée aux enfants de 3 à 12 ans a été mise en place. *J'aime Lire store* est disponible sur iPhone, iPad, PC et Mac. De plus, Bayard possède *Bayam* qui a sa propre plate-forme d'éveil ludo-éducative. Il existe une version pour les enfants de 3/7 ans (le premier site d'éveil) et une autre pour les 7/11 ans, sans oublier les multiples Applications Bayam.<sup>130</sup> Enfin, n'oublions pas la *Radio Pomme d'api* qui est la première web-radio pour enfants. Après Bayard, c'est au premier acteur de l'édition du livre en France qu'il faut nous consacrer : le groupe Hachette Livre. Après l'avoir présenté, nous nous attacherons plus particulièrement au catalogue jeunesse.

Créée en 1826 par Louis Hachette, la maison d'édition Hachette est devenue le groupe Hachette Livre. Filiale du groupe Lagardère, ce groupe est le troisième éditeur mondial actuel. Le groupe Hachette Livre qui possède une quantité de maisons d'édition et de filiales se présente en une véritable constellation. Le groupe est présent sur tous les secteurs éditoriaux et son activité est internationale. En Grande-Bretagne, Hachette UK est le deuxième groupe d'éditions. En Amérique du nord (USA et Canada), suite au rachat de l'activité d'édition de Time Warner, le groupe Hachette Book Group est né. Également présent en Espagne et en Amérique Latine, notamment en Argentine et au Mexique, le groupe Hachette ne se limite plus uniquement à la couverture des espaces francophones, anglophones et hispanophones puisque l'activité s'étend désormais au Liban, à la Chine et l'Inde si bien que rien n'échappe à l'appétit gargantuesque du groupe français, ni les segments ni les territoires.

Un point d'analyse est que le groupe Hachette se présente clairement comme le gardien d'un héritage. Le groupe se veut le garant d'un patrimoine, que ce dernier soit affilié à la France, au Royaume-Uni ou à l'Amérique. Dans les faits, ce positionnement se concrétise par une

---

<sup>130</sup> Voir les sites web officiels du groupe : <http://www.bayard-jeunesse.com> et <http://www.bayam.fr/>.

politique économique de rachat de maisons d'édition anciennes, que ce soit en France ou aux États-Unis. Le groupe *Hachette Livre* relie la tradition à la nouveauté. Sa gestion de la restructuration par le numérique et ses livres destinés à la jeunesse le montrent :

Hachette Book Group, principalement orienté vers le livre grand public (fiction et non-fiction), est un des premiers groupes d'édition américains. Depuis Little, Brown and Company, fondée en 1837 et dont le catalogue appartient au patrimoine culturel des États-Unis, jusqu'à la toute nouvelle Mulholland Books entièrement dédiée au thriller, les 22 maisons d'édition du Groupe couvrent tout l'éventail des lecteurs contemporains, du public le plus large aux lecteurs les plus exigeants.<sup>131</sup>

La formule ou slogan d'Hachette est le suivant : « sous forme imprimée ou numérique, le meilleur de l'écrit »<sup>132</sup>. Ces mots placés dans la photographie du président-directeur général du groupe Hachette Livre Arnaud Nourry sont précieux. Ils définissent la stratégie du groupe pour lequel le numérique est une priorité absolue. Conscient de la révolution numérique en marche, le groupe Hachette s'est rapidement donné les moyens de s'y rallier. En partenariat avec les géants économiques Amazon et Apple, la vente de livres électroniques du groupe outre-Atlantique et outre-Manche est croissante. Sur le vieux continent, le groupe s'est associé à des administrations locales et des collectivités territoriales dans le domaine du scolaire et de l'universitaire. C'est le cas en France mais aussi en Angleterre, avant que la filiale anglaise elle-même ne s'étende au Moyen-Orient ou à l'Asie :

Sur le segment scolaire, Hachette UK, à travers l'entité Hodder Education, est l'un des premiers éditeurs de manuels et de ressources pédagogiques numériques. Hachette Children's Books couvre tous les âges de la littérature jeunesse. Sachant que plus d'un cinquième des livres sont vendus sous forme électronique et que l'enseignement numérique s'implante dans les établissements scolaires, les équipes de Hachette UK ont adopté les technologies numériques pour répondre à la demande des lecteurs et tirer tout le bénéfice des nouveaux moyens de promotion du livre. Hachette UK a des filiales en Irlande, en Australie et en Inde. La société dispose de bureaux en Asie (Hong Kong) et au Moyen-Orient (Dubai).<sup>133</sup>

Plus généralement, une grande partie de l'offre papier des livres est disponible en ligne sous forme de livre électronique, aussi bien sur les sites de commerce en ligne de librairies que sur différentes plateformes (Kobo, Apple, Amazon, Google play, Barnes and Noble). L'offre est de 6000 titres aux États-Unis, de 20 000 titres au Royaume-Uni et de 23 000 en France. Dans sa recherche d'efficacité, Hachette Livre s'est doté selon ses propres termes d'une

---

<sup>131</sup> Sur la page de présentation du site du groupe [www.hachette.com](http://www.hachette.com), consulté le 31 mars 2015.

<sup>132</sup> Sur la page de présentation du site du groupe [www.hachette.com](http://www.hachette.com), consulté le 31 mars 2015.

<sup>133</sup> Sur la page de présentation du site du groupe [www.hachette.com](http://www.hachette.com), consulté le 31 mars 2015.

« infrastructure numérique ultra-moderne » qui prend en charge toutes les étapes : stockage, facturation, vente. Pour Hachette, la priorité annoncée est d’assurer la pérennité du livre, ce qui se concrétise aussi par la pleine maîtrise du numérique. Le groupe Hachette Livre vend également des fascicules et nous l’avons dit, à une activité de distribution. En outre, à l’instar de Bayard, des applications et des plateformes sont mises en place. Toutefois, il ne faudrait pas en conclure que cette production et la croissance du groupe Hachette Livre ne s’expriment que par le numérique : au grand plaisir des enfants, le livre imprimé n’a pas disparu.

En dehors du domaine scolaire principalement géré par Hachette Education, coexistent *Grasset jeunesse* (depuis 1973, catalogue : 350 titres, nouveautés : 15 titres par an), *Hatier jeunesse* (2008, 308 titres, 50 titres par an), *Didier jeunesse* (1988, 500 titres, 65 titres par an) et les éditions *deux coqs d’or* (1949, 350 titres, 130 titres par an). La première étape fut *Hachette Jeunesse* (1856, 1000 titres, 250 par an) qui regroupe aujourd’hui *Le livre de poche jeunesse* (1979, 900 titres, 100 titres par an) et *La bibliothèque rose* (750 titres, 250 titres par an). De plus, depuis 2008, le groupe Hachette possède les éditions *Albert-René Astérix* (1979, 51 titres) et pour finir avec le manga, *Pika éditions* (2000, 1000 titres, 200 titres par an) qui est le numéro deux français du marché de bandes dessinées japonaises (et françaises). On pourrait rajouter *Rageot* (1945, 400 titres, 65 titres par an) qui propose des textes adaptés à tous les âges. En résumé, en ce qui concerne la jeunesse, tous les âges et tous les types sont ciblés. *Hachette Jeunesse*, qui est le leader français des ventes de livres destinés à la jeunesse est divisé en deux sous-catégories. Dans la catégorie des livres illustrés sont regroupés *Hachette Jeunesse* (le site des héros des plus petits), *Gautier Languereau* (Gautier Languereau éveille l’imaginaire) et *deux coqs d’or* (Lire et se divertir). Dans celle des romans se trouvent *Black moon*, *Le livre de poche jeunesse*, le site *lecture-academy.com*, *la bibliothèque rose* et *la bibliothèque verte*. La liste des séries des bibliothèques rose et verte impressionne par son étendue et son ciblage. En voici les titres :<sup>134</sup>

## LA BIBLIOTHEQUE ROSE

Âges	Les titres de la Bibliothèque rose (« La collection de l’humour et de l’émotion »)
------	--

<sup>134</sup> Le tableau reprend la catégorisation du site d’Hachette (le 31.03.2015) sur <http://www.bibliothequerose.com>.

6-8 ans	Émilie jolie – Belle, intelligente et courageuse – Le fauteuil magique – Le royaume enchanté – Mes amis les Chevaux-Sophie Thalmann – Violetta mon journal – Les ballerines magiques – Franklin – Oui-Oui – Jojo Lapin – Bijoux de princesses, Princesses à cheval – La fée clochette – Ma princesse préférée – Mariages de princesse – La Reine des neiges – Princesses academy – Les schtroumpfs – My Little pony – Mini loup – Hello Kitty.
8-10 ans	Mia et moi – Winx club – Le Ranch – Monster High – Bella sara – Hattie vétérinaire magique – The never Girls – Minnie et Daisy amies pour la vie – Mickey Donald et compagnie – Littlest pet shop – Danse avec les stars – Les schtroumpfs – Scooby-doo – Films – Titeuf – Garfield – Films d’animation – Bibliothèque Dreamworks – Agatha Mistery – Bibliothèque Disney – Lolirock
10-12	Hannah Montana – Violetta – The Voice – Films – Les sorciers de Waverly Place.

	<b>Classiques de la Bibliothèque rose (« des histoires fabuleuses à lire ou à relire »)</b>
	Le club des cinq – L’étalon noir – La comtesse de Ségur – Alice – Fantômette – Les six compagnons – Arthur et compagnie – Michel – Malory School – Les jumelles – Les quatre filles du docteur March – Le clan des sept – Les sept

**LA BIBLIOTHEQUE VERTE**

<b>Âges</b>	<b>Les titres de la Bibliothèque verte (« La collection de l’action et de l’aventure »)</b>
6-8 ans	Pokemon – Beast Quest – Playmobil super 4 – Skylanders – Tortues ninja – Pac man – Sea Quest – Cars – Planes
8-10 ans	Les légendaires – Astérix – Foot de rue extrême – One piece – Transformers prime – Dragon Ball – Naruto – Spiderman – Foot de rue – Fairy tail
10-12 ans	Star wars – Star wars Rebel – Star wars Clone wars – Cluedo – Bibliothèque Marvel – Films – Astérix – Pirates des Caraïbes

Que pouvons-nous en déduire ? Tout d'abord, intéressant est le clivage effectué entre les livres destinés aux filles et les livres destinés aux garçons. La première remarque est la supériorité quantitative des livres de la bibliothèque rose, la deuxième est celle des registres distincts des deux bibliothèques. La bibliothèque rose révèle la présence du cheval et du poney. Ces espèces sont les héros de la série (ex : *L'étalon noir*) ou un simple tome d'une série (ex : *Alice*). Parfois, ces espèces permettent la création d'une nouvelle série de livres (ex : *Les princesses à Cheval*) ou sont identifiées à une personne existante médiatique (ex : *Mes amis les chevaux – Sophie Thalmann*). Le cheval et le poney se démarquent le plus. Ensuite, c'est l'ampleur de l'offre qui impressionne par sa diversité : on y trouve des romans anciens « classiques » (*Le club des cinq, l'étalon noir*), des jouets (*Little Pony, Playmobil, Monster high*), des jeux vidéo (*Pokémon, Pac-man, Skylanders*), des mangas japonais (ex : *Dragon Ball, Naruto, One piece*), des bandes dessinées européennes (*Astérix, les schtroumpfs, Titeuf*), des Comics américains (*Garfiel, Spiderman, Marvel*), des dessins animés (*Winx Club*), des films d'animation (la bibliothèque Disney, Dreamworks), des films cinématographiques (*Belle et Sébastien*), etc. Cette offre pléthorique met en lumière le fait que le livre est un espace ouvert. De nos jours, le livre est « colonisé » par les jouets, la bande dessinée, les dessins animés et les jeux vidéo. Une nouvelle narration a émergé.

En ce qui concerne les chiens, on trouve de multiples configurations : un roman de la bibliothèque rose est l'adaptation d'un film récent, lui-même adapté d'un roman plus ancien (ex : *Belle et Sébastien*). Un roman peut être l'adaptation d'un film d'animation récent sorti au cinéma (*M. Peabody et Sherman*). Un roman peut être l'adaptation d'un film récent, lui-même adapté d'une bande dessinée plus ancienne (*Boule et Bill*). Un roman peut être une nouvelle série de livres (*Les six compagnons*).

Illustration 10

Illustration 11



*Les six compagnons, tome 4, 2010*



*M. Peabody et Sherman, 2014*

Illustration 12

*Boule et Bill, 2013*

Pour conclure, trois précisions portant sur le site internet dans lequel nous avons recherché ces informations sont à donner. Premièrement, l'existence d'un forum dans lequel les internautes peuvent se parler et parallèlement fournir gratuitement des informations au groupe Hachette Livre. Deuxièmement, l'existence de concours avec lesquels des jouets, des DVD, des bandes dessinées ou des entrées au Salon du cheval à Paris (2014) sont à gagner. Troisièmement, la possibilité de feuilleter des extraits du livre. Et puis, avec la publication

dans la Bibliothèque rose du roman du film récent *Boule et Bill*, l'envie de se replonger dans la bande dessinée de Roba afin d'y retrouver son cocker se précise !

## **2. Le livre numérique**

Dans l'ensemble, les professionnels et les analystes de l'industrie estiment que les livres numériques devraient représenter entre 20 et 25 % du marché en cours de la prochaine décennie. L'émergence du livre numérique constitue le dernier bouleversement de l'évolution du livre. À l'image de la musique, avec les mots et les illustrations, la pratique de lecture se

transforme. Le livre en papier tel que nous le connaissons coexiste lorsqu'il est relié à un ordinateur ou un appareil technique. Il disparaît lorsque le contenu du livre se matérialise sous forme de fichier. Les liseuses à encre électronique, tablettes et smartphones appartiennent désormais aux mœurs : les Kindle, iPhone, iPad sont des appareils du quotidien. Quant au caractère mobile, des recherches menées en France montrent que leur utilisation est en grande partie domestique. La littérature de jeunesse est directement concernée par cette évolution. Le simple fait que le géant du divertissement Hasbro se soit lancé dans l'édition numérique en révèle l'ampleur. Un accord a été signé avec *Ruckus mobile Media* et *Mon Petit Poney* en 2011 et un livre électronique a été mis sur le marché.<sup>135</sup> La littérature de jeunesse est concernée par la numérisation dans sa totalité. Plusieurs évolutions le signalent : l'existence de blogs consacrés à la lecture numérique, de sites web de téléchargements (gratuits/payants) ou bien encore de plateformes virtuelles qui fonctionnent par abonnement.<sup>136</sup> Un exemple est *Magic World*, une création collective (parents enseignants, auteurs, ingénieurs, éditeurs) qui est disponible sur iPad : il s'agit d'une plateforme ludo-éducative avec les personnages préférés des enfants américains tels qu'*Elmer l'éléphant*. Nommés « Live books », ce monde virtuel est basé sur la recherche d'interactivité. En Europe, les éditeurs de livres papier préexistants tels que Gallimard et Bayard jeunesse qui se lancent dans le numérique sont accompagnés de nouveaux concurrents comme « Europa Apps, maison d'édition numérique qui lance cette semaine ses premières applications pour les enfants de deux à cinq ans, l'une en co-production avec L'École des Loisirs ». <sup>137</sup>

Le nouveau marché se structure. L'offre en appareils tactiles destinés aux enfants se diversifie. Les modèles se multiplient et se concurrencent : *Tobee* chez Toys R Us, *ChildPad* chez Archos, Gulli, etc. Certains appareils sont même destinés aux bébés comme la tablette *Vinci* présentée comme une *touch screen Platform learning Platform*. Dépourvue de matières toxiques, Wifi et 3G, elle possède des poignées adaptées et un boîtier adapté aux chocs.<sup>138</sup> Parallèlement, il est important de préciser que les modifications sont apportées aux appareils

---

<sup>135</sup> « Hasbro: transformers et Mon petit Poney bientôt en ebook », sur le site IDBOOX, le 11.04. 2011 sur : <http://www.idboox.com/ebook/infos-ebooks/hasbro-transformers-et-mon-petit-poney-bientot-en-ebooks/>.

<sup>136</sup> « Ebooks : des éditeurs et des parents lancent une plateforme pour enfants », le 21.05.2012 sur <http://www.idboox.com/ebook/infos-ebooks/ebooks-des-editeurs-et-des-parents-lancent-une-plateforme-pour-enfants/>.

<sup>137</sup> « Entre livres et jeux, les applications numériques pour enfants se développent », le 30.11.2011 sur Lepoint.fr sur : [http://www.lepoint.fr/culture/entre-livre-et-jeu-les-applications-numeriques-pour-enfants-se-developpent-30-11-2011-1402491\\_3.php](http://www.lepoint.fr/culture/entre-livre-et-jeu-les-applications-numeriques-pour-enfants-se-developpent-30-11-2011-1402491_3.php).

<sup>138</sup> « Une tablette spécialement conçue pour les bébés », du 15.08.2011 sur : <http://www.idboox.com/actu-reader/une-tablette-specialement-concue-pour-les-bebes/>.



pour adultes afin de les adapter aux enfants. C'est le cas du contrôle parental ajouté à la Kindle Fire HD d'Amazon. Enfin, en plus de la publicité commerciale, ce sont les pôles numériques des bibliothèques (municipales), des musées qui accomplissent cette transition numérique. Dans l'exposition gratuite *Hello demain* de la société Orange qui s'est tenue à la Cité des sciences et de l'industrie de Paris du 23 au 26 juin 2011, les visiteurs étaient guidés par un grand-père, sa petite fille et son chien robot orange !

Un livre de type inédit est apparu. Pour Amazon, Google, Apple, Microsoft et autres leaders du marché, l'interactivité, l'immersion et le design sont les maîtres mots de ce plein essor. Les livres sont « enrichis », c'est-à-dire que les textes se mêlent à de la musique, des voix et des vidéos. Les images s'animent. Des classiques de la littérature de jeunesse sont intégrés à ce mécanisme. Le célèbre personnage *Jeannot Lapin* de Beatrix Potter est désormais disponible sous forme de livre interactif. Plus proches de l'interaction des jeux vidéo, certains livres application nous acheminent au chien. Nous prendrons le cas du livre application *CEKWA? Le vétérinaire* sur iPad et iPhone. Réalisé avec l'aide de vétérinaires professionnels, ce livre interactif immerge le très jeune lecteur dans une ferme champêtre – celle des enfants protagonistes en visite chez leur grand-père – afin de leur apprendre le métier de vétérinaire. Avec son index, le lecteur-joueur pourra soigner un mouton assis sur une chaise, enlever les tiques d'un cheval, attraper des lapins qui courent afin de les remettre dans les clapiers, toucher la tête d'une vache pour l'animer, etc. Le résultat est que la ferme et ses animaux du livre s'animent par l'écran. Le doigt du lecteur est actif puisqu'il active ce qui se passe à l'écran.<sup>139</sup> Le livre application *CEKWA? Le vétérinaire* rend compte de cette évolution du livre : animation technique du livre, animation et ludification, intervention du jeune lecteur-joueur. Ce livre interactif combine le jeu et l'apprentissage. Destiné à des enfants, le métier de vétérinaire y est évidemment présenté de manière simplifiée et édulcorée alors que des professionnels ont contribué à l'élaboration du jeu. Les animaux de la ferme se montrent doux et coopératifs. À la manière d'un jeu vidéo, le lecteur devenu joueur sera récompensé par l'acquisition d'un diplôme de vétérinaire.

La consultation de sites web d'information et de téléchargement d'applications rend compte de l'ampleur de l'offre de manière rapide et accessible. À titre d'exemple, nous avons choisi

---

<sup>139</sup> Une présentation est disponible sur le site web : <http://www.idboox.com/ebook/actu-ebook/un-livre-appli-ipad-pour-apprendre-le-metier-de-veterinaire/>.

le site *La Souris Grise, le guide des meilleures applications pour enfants*.<sup>140</sup> Créé en 2010, ce site est la version en ligne du magazine éponyme, un indépendant édité par la SARL *Screenkids* basée à Paris. Cette société spécialisée dans le numérique concentre son activité sur trois axes majeurs que sont la formation professionnelle, le conseil et l'édition. Les différents onglets nous présentent un catalogue fourni dans lequel des applications de contes (le chat botté) côtoient des applications mettant en scène des animaux (collage, vétérinaire, ferme, etc.).<sup>141</sup> Les sciences naturelles font partie de l'offre interactive. Par exemple, l'application *La coccinelle* (à partir de 18 mois) de Gallimard Jeunesse (2011) propose aux enfants de diriger du doigt un insecte fictif sur l'écran. L'application s'inscrit dans la logique du livre, elle permet sa concrétisation :

Car la bascule des documentaires jeunesse vers le numérique me semble logique et peu discutable. Et voici une intéressante adaptation de la collection Premières découvertes. Le livre papier d'origine est déjà conçu pour être manipulé et pour éveiller l'attention. Alors à l'écran, la coccinelle se plaît particulièrement bien : devenue gigantesque sur la tablette, elle se met à manger des pucerons virtuels réalistes, à ouvrir ses ailes, à s'envoler ou à suivre le doigt de l'enfant. La portée pédagogique de l'application est réelle : les enfants de 3/6 ans découvrent de page en page la vie de l'insecte, et, d'une certaine manière, ils l'expérimentent.<sup>142</sup>

Sous les oripeaux du savoir, les transformations en action ne se révèlent pas toujours innocentes. Avec l'application *Leafsnap* (2011) réalisée par des chercheurs américains, il est demandé à l'enfant de véritablement scanner la nature afin de l'identifier. Il y a d'une part l'identification en direct de l'arbre, du fruit, de la fleur ou de la plante obtenue par l'utilisation de l'appareil (iPhone, iPod touch, iPad) et d'autre part, son approfondissement par la consultation de la base de données.<sup>143</sup> Du côté des oiseaux, c'est l'application *Cui Cui* (2015) qui permet l'identification d'oiseaux d'Europe de l'ouest et qui est connectée à l'encyclopédie Wikipédia. Cette application, qui recense 131 chants d'oiseaux, est destinée à des adultes et à la famille mais une version destinée aux enfants est disponible.<sup>144</sup> Les thèmes classiques de la littérature de jeunesse se retrouvent tout logiquement : la ferme, le zoo, le vétérinaire ou

---

<sup>140</sup> Le site web est disponible sur : <http://www.souris-grise.fr/>.

<sup>141</sup> Les onglets du site web sont : Applis géniales, Âge (+ de 18 mois, 3/6ans, 6/8 ans, 8/12 ans), Thèmes (arts, à partager découverte du monde, jeux, langues, lire et écrire, maths et logique, pratique, sciences et nature), Android, Apple, Par langue, Par prix (gratuit, promos et bons plans, moins de 1€, moins de 3€- moins de 5€, plus de 5€).

<sup>142</sup> « *La coccinelle : la demoiselle signe la rentrée* », sept.2011 sur : <http://www.souris-grise.fr/la-coccinelle-la-demoiselle-signer-la-rentree/>.

<sup>143</sup> <http://www.souris-grise.fr/leafsnap-un-genial-herbier-interactif-application-iphone-ipad-ipod/>, du 4.04.2013.

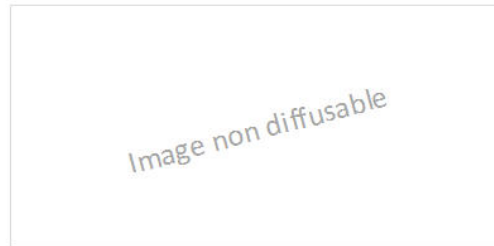
<sup>144</sup> <http://www.souris-grise.fr/cuicui-la-boite-a-appeaux/>, du 04.04.2015.

l'arche de Noé. Avec l'application *Kidsfun* (2012) conçue sur le modèle du site pionnier *Le monde de Victor*, en plus des jeux classiques de coloriage et puzzle, il est possible d'écouter diverses espèces animales. Le téléchargement d'une application constitue un atout non négligeable pour le livre. Il existe déjà des Atlas que l'on peut combiner avec un iPhone ou iPod Touch. C'est le cas de l'application Wapiti nature.<sup>145</sup> La vidéo de présentation du livre en explique le fonctionnement : il s'agit de placer l'appareil sur une illustration. Une fois l'appareil placé sur cette surface, une série de photographies, de vidéos documentaires et une présentation des espèces sont consultables. Enfin, en ce qui concerne spécifiquement le chien, nous citons deux livres représentatifs des transformations en cours : un livre interactif et une version numérique d'un livre papier.

Illustration 13



Illustration 14



*Chien guide pour la vie*, Akela éditions, 2014

Erin Hunter, *Survivants*, Lucky le solitaire, tome 1, 2015

Dans le livre *Chien guide pour la vie* récompensé par le prix Handi-livre en 2014, ce sont les chiens guides d'aveugles qui sont à l'honneur. Réalisé en partenariat avec l'école des chiens guides d'aveugles de Lyon et du Centre-Est, ce livre interactif numérique qui est destiné aux enfants de plus de 6 ans entremêle savoir sur le chien (historique, vidéo) et jeu. L'objectif est de faire découvrir aux enfants le travail des chiens guides. Le cadre professionnel des chiens

---

<sup>145</sup> Voir le site officiel des éditions volumiques ainsi que celui de l'atlas (<http://www.atlas-plus.com/>).

guides d'aveugles se prête à la création d'un livre. Un livre interactif portant sur le travail des chiens de sécurité est plus difficilement imaginable parce qu'inadapté aux enfants !

Ensuite, en dehors des livres répertoriés comme ludo-éducatifs, le chien est également présent dans des romans destinés à des enfants plus âgés et aux adolescents. Si la présence du loup, du cheval et des animaux fantastiques est forte, le chien n'en est pour le moins pas exclu. Ce point est essentiel parce qu'il nous montre que le chien de littérature n'est pas cantonné à un rôle d'animal de compagnie. Reprenant les caractéristiques de ses deux séries précédentes que sont *La guerre des clans* et *La quête de l'ours*, la nouvelle série romanesque d'Erin Hunter destinée aux enfants entre neuf et douze ans intitulée *Survivants* est celle d'un chien solitaire, qui suite à la disparition des humains (appelés « les deux pattes » dans le roman) va devoir intégrer une meute. Ce livre n'est pas interactif mais une version Kindle est disponible. Ainsi, malgré l'essor du numérique, le livre papier et le chien continuent d'être réunis pour le meilleur mais aussi pour le pire ! L'humain aveugle est guidé par le chien mais ne l'écoute pas assez ...

### III. Conclusion : Cliquer sur un nouveau chapitre

Même si dans la symbolique médiévale des matériaux, l'animal est toujours considéré comme moins pur et plus dangereux que le végétal ou le minéral, dans les bestiaires enluminés comme dans toutes les catégories de livres, y compris les livres les plus sacrés du culte chrétien (bibles, évangiles, psautiers, missels), les produits animaux sont omniprésents et employés en association avec des matériaux d'origine végétale ou minérale.<sup>146</sup>

Avant le mot et l'illustration, c'est la matière même du livre qui inscrit l'animal dans sa forme et sa fabrication. L'ivoire des éléphants était utilisé dans la fabrication des triptyques privés et des reliures de livres au Moyen-âge,<sup>147</sup> et de manière plus générale, la peau, les poils et les os d'animaux ont été mis à contribution dans la fabrication du livre en tant qu'objet. L'espace de

---

<sup>146</sup> Michel Pastoureau, *Bestiaires du Moyen Âge*, Paris, 2011, p. 37

<sup>147</sup> L'émission *Concordance des temps* « L'éléphant, complice et victime de l'homme », Éric Baratay (invité), France culture, 02.02.2013 sur : <http://www.franceculture.fr/emission-concordance-des-temps-l-elephant-complice-et-victime-de-l-homme-2013-02-02>.

vie des animaux, le milieu, est lui aussi concerné puisqu'il est sujet à des modifications et des destructions (le besoin de bois, la fabrication de l'encre). Peu étudiées, les conséquences environnementales de la fabrication des livres en papier et des nouveaux supports techniques et technologiques de lecture (ordinateur, téléphone portable, tablette) sont à prendre en considération.<sup>148</sup> Le tournant numérique du livre, derrière l'invisibilité des fichiers de lecture et le gain de place bien réel, nécessite un réseau technique matériel imposant. Les câbles sous-marins (invisibles aux utilisateurs du réseau) des réseaux Telecom en fournissent une illustration instructive. L'importance des câbles sous-marins est grande car 95% du trafic international du réseau internet passe au-delà des mers. Pour la Méditerranée, cela représente 90 000 kilomètres de câbles à entretenir. Les principaux dangers qui menacent un câble sous-marin sont la pêche intensive et les chaluts qui descendent jusqu'à 1500 mètres de profondeur mais aussi les dégâts provoqués par les poissons, plus rares. Il existe un type de câble (le fish bite) spécifiquement protégé contre les poissons. À cette intrusion du réseau de communication humain dans les divers milieux naturels, l'utilisation des appareils est tout aussi déterminante, que ce soit en rapport au poids énergétique ou au stockage des déchets. Les décharges inondées ont un effet direct sur de nombreuses espèces animales et les humains. À l'ère de l'obsolescence programmée, la situation tragique du Ghana où les décharges illégales s'étalent nous rappelle qu'en plus de la pollution occasionnée par la production de ces machines, leur destruction provoque des tragédies.<sup>149</sup> Par conséquent, l'argument écologique massivement utilisé dans la promotion du passage au numérique doit être soumis à la critique. Il ne faudrait pas oublier que le géant américain *Apple* fut élu l'entreprise high-tech la plus polluante par *Greenpeace* en 2006/2007. Plus près de nous, le bilan carbone d'Hachette soulève des inquiétudes :

Le cabinet Carbone 4 a fait le bilan carbone de la société Hachette, premier groupe d'édition français. Il en ressort que les 163 millions d'exemplaires publiés en un an émettent 178 000 tonnes de CO<sub>2</sub>, soit un peu moins de un kilo par livre. Pour un Reader, de sa fabrication à son « recyclage » en fin de vie en passant par le stockage des fichiers, on arrive à...240kg !<sup>150</sup>

Avant le contenu des histoires, c'est donc la fabrication et la destruction des livres et des supports de lecture numérique qui ont un impact sur l'animal. Elles ont utilisé son corps, elles détruisent désormais son milieu. En outre, il est important de constater que la publicité

---

<sup>148</sup> Pièces et main d'œuvre, *Le téléphone portable, gadget de destruction massive*, Montreuil, 2008.

<sup>149</sup> Le documentaire audio-visuel *Prêt à jeter* de Cosima Dannoritzer, Arte France, 2010, 75 min.

<sup>150</sup> Biagini, 2012, p. 51.

diffusée de manière ininterrompue transforme cette abondance du livre papier en un manque. La publicité se montre excessive : « « Emportez jusqu'à 1400 livres sans effort », ou pour le Kobo de la Fnac : « Cet été, je voyage léger : un bikini, une jupe et 1000 bouquins ». Que le lecteur moyen lise seulement dix livres par an, et donc qu'il mette 140 ans à lire le contenu de son Reader ne trouble pas grand monde ». <sup>151</sup>

Dans nos sociétés, ces lieux du livre que sont les bibliothèques et les écoles se numérisent. Dans le cadre de l'enseignement scolaire, les directives du rapport Fourgous pour la France, de la politique de la Commission européenne pour l'Europe et de l'OCDE opèrent la transition vers le numérique. La promotion du numérique est logiquement soutenue par les puissances de l'informatique : « le programme One Laptop per Child (un ordinateur portable par enfant), association lancée en 2005 et financée par des entreprises comme Google et eBay, pour promouvoir « l'ordinateur portable à 100 dollars ». <sup>152</sup> Les espaces numériques de travail deviennent une norme éducative des écoles et des universités. Une autoroute numérique à plusieurs voies sur laquelle se trouvent l'écolier, l'étudiant et l'ensemble du corps enseignant est en chantier. Le fait que l'entreprise *Apple* mise sur les applications éducatives et les ebooks scolaires, <sup>153</sup> que *Google* ait mis en ligne le *Google cultural Institute* et scanne en toute liberté et massivement les livres du monde entier sans autorisation <sup>154</sup> et que BIC se soit allié à la puissante firme *Intel* dans un projet qui associe écriture et numérique, témoigne de l'ampleur de l'évolution. Peut-être qu'en 2025, les chiens domestiques, désormais privés des devoirs d'école à manger, seront privés d'un de leurs plus grands plaisirs ! Plus sérieusement, les changements que représente la numérisation sont sujets à débat. L'existence du livre en tant qu'objet clos et fermé est en cours de transformation. La présence de la publicité au sein des textes et le contrôle opéré sur le lecteur par ces supports inquiètent. <sup>155</sup> Les conditions d'utilisation du Kindle d'Amazon sont éclairantes à ce sujet :

---

<sup>151</sup> *id.*, 2012, p. 42.

<sup>152</sup> *id.*, 2012, p. 141-142.

<sup>153</sup> « *Apple mise à fond sur les appli éducatives et les ebooks scolaires* » le 4.03.2012 sur :

<http://www.idboox.com/ebook/infos-ebooks/apple-mise-a-fond-sur-les-appli-educatives-et-les-ebooks-scolaires/>

<sup>154</sup> Ben Lewis, *Le livre selon Google*, 2012, 89 min (documentaire audiovisuel).

<sup>155</sup> « Car les publicités vont sûrement faire leur entrée dans les e-books – rappelons qu'il y a fort à parier que les e-books, fichiers numériques d'un livre téléchargés sur un Reader ou une tablette, ne soient qu'une forme transitoire, une étape avant la dissolution complète des textes numérisés dans le Web. Or le portail Internet Yahoo a déposé au printemps 2012 « deux brevets permettant la diffusion de publicité dans les e-books ». Toute la difficulté consistera à faire accepter au lecteur ces publicités [...]. Toutefois, le système est bien pensé, puisqu'il reposera sur un principe simple : plus le lecteur accepte de publicités, plus il aura de réductions à l'achat du fichier ! La mise en place de ce procédé suscite des interrogations. « Est-ce un hasard si Apple, Intel

Le logiciel fournira à Amazon des données relatives à votre Kindle et ses interactions avec le Service (telles que : la mémoire disponible, l'historique de connexion et la puissance du signal. Le logiciel fournira également à Amazon des informations relatives au contenu numérique sur votre Kindle et les autres appareils et à l'utilisation que vous en faites (telles que : la dernière page lue et le contenu archivé). Les annotations, signets, notes, passages surlignés ou autres marquages similaires que vous effectuez sur votre Kindle ou sur votre application de lecture ainsi que les informations que vous fournissez peuvent être conservés sur des serveurs localisés hors de votre pays de résidence.<sup>156</sup>

La tentation n'en sera-t-elle pas trop alléchante pour l'industrie de l'alimentation et du luxe pour les animaux de compagnie ? L'état se resserre sûrement sur les lecteurs et leurs animaux. En plus d'être surveillée, l'étude des mécanismes de lecture du cerveau humain – l'utilisation de l'IRM (l'imagerie par résonance magnétique) permet la visibilité des zones utilisées lors d'une activité de lecture<sup>157</sup> – constituera une source d'informations pour les entreprises.

Qu'entraînent les forces à l'œuvre de « machinisation » du livre ? La question est épineuse en soi. La restructuration des livres par le numérique est différemment interprétée entre le camp des résistants, celui des partisans et celui des opportunistes.<sup>158</sup> Alors que le point de vue critique représenté par Alain Giffard soulève les questions du changement à travers les transformations néfastes de la numérisation du livre en marche (économie de la tension, rupture potentielle de la construction historique entre lecture et réflexion), le deuxième camp représenté par le roboticien Gilles Kaplan adopte un point de vue plus historique et d'une certaine façon déterministe en se focalisant sur les processus de mécanisation de la production et des usages (le cas des cartes géographiques, de la musique), les affrontements entre les deux types de lecture et d'écriture que forment l'encyclopédie (un chantier permanent, une extraction de contenus) et le livre (un discours situé dans l'espace et le temps) et la possibilité de création offerte par le numérique (les applications peuvent paradoxalement être un garant d'immersion et du maintien de l'existence de produits fermés). Enfin, c'est la compatibilité du livre traditionnel et numérique qui est mise en avant par le troisième camp représenté par Etienne Mineur : livres contenant des capteurs de pression, livres géolocalisés, livres jeux-

---

ou Microsoft (que des PME) s'intéressent de plus en plus au livre numérique et à son potentiel illimité de passerelle commerciale ? » se demande « La Lettre du libraire » dans *id.*, 2012, p. 126.

<sup>156</sup> *id.*, 2012, p. 122.

<sup>157</sup> Gabi Schlag et Bruno Wenz, Les animaux pensent-ils ?, WDR, 2012, 52 min.

<sup>158</sup> L'émission radiophonique *Plateformes* « Des livres aux machines », France Culture, enregistrée le 13.02.2012. Disponible sur : <http://www.franceculture.fr/des-livres-aux-machines>.

vidéo, livres au double-support (tablettes et livres papier). Le débat est lancé, la numérisation également...

Finalement, quel que soit le camp qui l'emporte, les enfants continueront quant à eux de regarder les albums, de lire ou d'écouter des histoires de loups et de chiens, d'admirer les princesses à cheval et tous ces univers de papier. En outre, ce sont les apports de ce chapitre sur la littérature de jeunesse qui ont été fructueux : le primat de l'image, le succès de l'album, la segmentation du marché, le positionnement médiatique de l'objet livre (tradition orale, dessin animé, etc.), la numérisation, la forte présence du chien dans différents registres, etc. Et puis, n'oublions pas que la plupart d'entre eux sont attachants, mignons, amusants. Ils font rire ou attendrissent le jeune lecteur. Ils sont source de plaisir. Notre joie et plaisir d'être avec des animaux, même lorsqu'on est adulte, existe. C'était bien l'amusement des enfants et de ses proches que visait Rodolphe Töpffer, l'inventeur de la bande dessinée !





## **Chapitre II**

### **La bande dessinée**

### **De Tintin et Milou selon Hergé**

Lorsque j'ai créé Tintin, à la fin 1928, je me suis dit qu'il ne pouvait pas être seul. Or c'est un reporter et un reporter, c'est fait pour voyager et il est plus facile de voyager avec un chien qu'avec une girafe, une autruche ou un crocodile. Du coup, le chien est le plus banal, mais le plus affectueux compagnon pour un reporter (...) Milou est approximativement un fox-terrier à poil dur, un peu bâtard tout de même. Si je l'ai choisi, c'est qu'à l'époque ces chiens étaient à la mode.<sup>159</sup>

### **De Boule de Bill**

À lui seul, Bill illustre superbement le succès du chien de compagnie dans les sociétés occidentales contemporaines, notamment dans les pays francophones. Le processus a vraiment commencé aux XVIIIe et XIXe siècles, lorsque les bourgeoisies ont adopté le modèle du chien aristocratique d'Ancien Régime tout en le transformant. Les anciens usages nobiliaires, notamment le collier, la panetière d'appartement, le portrait sont bel et bien repris mais ils servent moins à paraître qu'à dire l'appartenance de l'animal au foyer et son lien étroit avec le maître. Cet aspect fondamental est d'ailleurs amplifié par l'adoption et la généralisation de la laisse lors des promenades. Le chien devient un membre familial, abondamment évoqué dans les conversations et les correspondances, à mesure que s'imposent dans ces milieux les valeurs d'une famille resserrée, plus intime.<sup>160</sup>

---

<sup>159</sup> Hergé, Entretien pour *l'émission 30 millions d'amis*, 29.07.1978, sur : [http://www.ina.fr/video/I08280430/her\\_ge-a-propos-de-milou-video.html](http://www.ina.fr/video/I08280430/her_ge-a-propos-de-milou-video.html).

<sup>160</sup> Éric Baratay, « Le triomphe de l'animal de compagnie », dans Éric Baratay et Philippe Delisle (éd.), *Milou, Idéfix et Cie. Le chien en BD*, Paris, 2012, p. 135–139, ici p. 135.

Illustration 1



Le livre *Boule et Bill*, La bibliothèque rose, 2016

## **Introduction : le neuvième art du chien**

À l’instar de la littérature de jeunesse, la bande dessinée est une expression artistique à laquelle les sciences sociales se sont progressivement intéressées. Cette légitimité de la bande dessinée à l’université est repérable par la grande quantité de travaux universitaires, eux-mêmes répartis en diverses disciplines telles que la linguistique, l’histoire, la sociologie, l’histoire de l’art, etc. Les fondations de la constitution d’une recherche universitaire fiable et légitime sur le neuvième art sont donc posées. Qu’en est-il dès lors de la recherche portant plus spécifiquement sur les animaux en bande dessinée ? Accompagne-t-elle l’évolution en cours ? Quoique restreint, cet ambitieux projet auquel nous tentons de contribuer commence à faire des bulles ! En effet, des acteurs du monde universitaire (les enseignants, les étudiants), des professionnels de la bande dessinée, des professionnels de l’animal, des créateurs et amateurs la construisent. Le chien, meilleur ami de l’humain lecteur de bande dessinée ne pouvait y échapper.

Historiquement, la bande dessinée précède la création des jeux vidéo de plusieurs décennies. L’aura de chiens célèbres de la bande dessinée a été très influente au XX<sup>e</sup> siècle, que ces figures y soient nées ou qu’elles y aient accédé par le biais d’une adaptation. D’emblée, il est important pour nous d’insister sur le fait que ces animaux ne se limitent pas aux cases des albums. L’encre des chiens de la bande dessinée dépasse les contours puisque nous les retrouvons dans d’autres types de médias – les dessins animés, l’animation, le cinéma, la musique – et d’objets divers. Les jeux vidéo sont à intégrer au catalogue de déclinaisons de ces histoires sur papier : Idéfix, Milou, Rantanplan et Bill mènent une carrière vidéoludique parallèle.

Dans le cadre de notre recherche, c’est le chien dans la bande dessinée francophone qui retient principalement notre attention. Pour être plus précis, il s’agit de la bande dessinée franco-belge dont Agnès Deyzieux a résumé les caractéristiques à grandes lignes claires. Elle rassemble la totalité des styles des deux pays et connaît son apogée entre 1945 et 1960. Ses supports sont la presse et surtout l’album cartonné en couleurs. Elle se destine principalement aux enfants. Elle est structurée par la domination de deux écoles et deux auteurs, à savoir Hergé et Franquin. « Grâce aux (...) créateurs des deux plus célèbres héros de la bande dessinée, Tintin et Spirou,

vont se côtoyer deux écoles graphiques distinctes, deux sensibilités qui ont engendré une rivalité stimulante pendant plus de trente ans, à travers deux hebdomadaires et deux maisons d'édition (Le Lombard et Dupuis) ». <sup>161</sup> La connaissance de l'opposition de ces deux écoles est indispensable à une compréhension des chiens issus de la bande dessinée franco-belge car leurs identités s'expriment pleinement par les personnages créés. Le brave Milou est un chien de « l'école de Bruxelles ». Bill est un chien de « l'école de Marcinelle ». Cela signifie qu'à la clarté, la sobriété et la lisibilité des aventures de Tintin et Milou, celles de Boule et Bill proposent un chien plus rond, plus comique et plus caricatural. En bref, au blanc immaculé de Milou se présente le gros nez de Bill !

Rappelons au passage que la bande dessinée dite « humoristique » se distingue de l'école « réaliste » par un dessin qui déforme plus ou moins le réel, fausse quelque peu les proportions, accentue certains traits caractéristiques, en vue de donner plus d'expressivité aux personnages. Certaines séries se situent à la frontière des deux univers, comme « Les aventures de Tintin » dans lesquelles les visages sont caricaturés, mais pas le corps. Dans « Boule et Bill » en revanche, tout est traité de manière « comique ». On a pu parler, à propos de certains héros de bande dessinée de « gros nez », tant l'appendice nasal apparaît comme surdimensionné. Pour ce qui concerne Bill, on pourrait avancer le terme de « grosse truffe » ! Le petit cocker arbore en effet, au bout de sa gueule un énorme appendice noir arrondi, qui n'est pas sans rappeler le nez d'un clown. Mais la marque de fabrique de Bill, ce sont avant tout ses oreilles ! <sup>162</sup>

Si le chien franco-belge oscille entre l'humour et le réalisme, notre recherche oscillera entre la bande dessinée et le jeu vidéo, c'est-à-dire entre le neuvième et le futur dixième art. Pour atteindre cet objectif, des clarifications sur notre positionnement et notre méthodologie sont à émettre. La première précision porte sur notre appréhension du chien dans la bande dessinée vis-à-vis de celui des jeux vidéo, et du sens de la comparaison entre les deux. Notre point de départ fut la bande dessinée si bien que l'analyse de la tension entre le chien vivant et le chien fictif a été effectuée de manière autonome, c'est-à-dire sans établir un rapprochement entre les deux médias. Ces deux blocs ne se sont pas vus opposés. Ainsi, ce sont les spécificités du chien dans la bande dessinée – celles entre le réel et le fictif de la représentation et celles entre les différents personnages – que nous avons analysées. Par exemple, alors que Milou est un fox-terrier de « la

---

<sup>161</sup> Agnès Deyzieux, « Les grands courants de la bande dessinée », dans *Le français aujourd'hui*, n° 161, 2008, p. 59–68, ici p. 59.

<sup>162</sup> Philippe Delisle, « Bill, second enfant de la famille ? », dans Éric Baratay et Philippe Delisle (éd.), *Milou, Idéfix et Cie. Le chien en BD*, Paris, 2012, p. 113–132, ici p. 122-123.

ligne claire » et de la bourgeoisie, Bill est un cocker plus ancré dans la caricature et les banlieues pavillonnaires belges des années 1950-60. Le plan de cette partie rend compte de cette chronologie.

La deuxième remarque est qu'il ne s'agit ni de traiter l'ensemble des chiens de la bande dessinée francophone à toutes époques confondues, ni de l'étude d'un personnage en particulier ni de traiter la bande dessinée adulte. En rapport à cette dernière, il nous faut citer les magazines tels que *Hara Kiri* (parution en 1960), *l'Écho des savanes* (1972), *Métal Hurlant* (1975) ou encore *Fluide glacial* (1975) qui ont porté une bande dessinée plus sociale, politique et libertaire par rapport aux pesanteurs reprochées à la bande dessinée pour enfants (tabous, couleurs, format du support, séries). Certes, l'impact de cette bande dessinée ne nous est pas inconnu. La révolution apportée par le fameux journal *Pilote* est exemplaire. Les adultes possédaient désormais leurs propres histoires emblématiques et la géopolitique s'en retrouve bouleversée : « À l'époque du journal de Tintin, les auteurs de bande dessinée partaient travailler en Belgique. À partir de *Pilote*, c'est l'inverse : ce sont les grands auteurs belges qui traversent la frontière pour collaborer à ce prestigieux magazine ». <sup>163</sup> La bande dessinée n'est plus uniquement destinée aux enfants. Le journal *Pilote* s'oriente vers un lectorat beaucoup plus élargi, tout en garantissant une qualité créatrice de la bande dessinée. De nombreux auteurs y firent leurs premiers « doigts » : Enki Bilal, Reiser, Gotlib, Jean-Claude Mézières, etc. Du côté des chiens, les personnages qui s'y déploient se montrent plus irrévérencieux et tragiques : le taciturne *Gai-Luron* de Gotlib ou l'intelligent *Kador* du couple Bidochon dessiné par Binet ne ciblent pas le même lectorat que Boule et Bill ! La preuve par les mots de l'homme du couple pour lequel la relation entre le chien et l'enfant diffère de celle de Roba : « Ben, hé ! Tous les avantages d'un gosse mais avec les inconvénients en moins. Un chien, ça bouffe les restes, ça couche dehors, ça va chier tout seul sur le trottoir et même si tu veux, t'as pas à te gêner à l'abandonner sur le bord de la route quand tu pars en vacances alors qu'essaye un peu de faire ça avec un gosse ». <sup>164</sup> Malgré l'intérêt que représente cette bande dessinée adulte, notre recherche se focalise surtout sur ce qui est destiné aux enfants.

---

<sup>163</sup> Jean-Samuel Kriegk et Jean-Jacques Launier, *Art ludique*, Paris, 2011, p. 16.

<sup>164</sup> André Demontoy, *Dictionnaire des chiens illustres. À l'usage des maîtres cultivés*, Paris, 2013, p. 288.

On partira de ce constat : en dépit de l'essor de la bande dessinée dite « adulte » depuis la fin des années soixante, les enfants continuent, aujourd'hui encore, à fournir les plus gros bataillons de lecteurs. La plus vaste enquête sur la lecture de bande dessinée en France, conduite en 2011 auprès d'un échantillon de 4580 personnes, a révélé que 90 % des 11-14 ans déclarent avoir lu des bandes dessinées au cours des douze derniers mois ; dès 15-17 ans, ils ne sont plus que 50 % à faire la même réponse, puis la pratique continue à diminuer régulièrement. Au-delà de 25 ans, la proportion de lecteurs devient inférieure à 30 %. Ces résultats révèlent que, dès l'adolescence, le taux d'abandon de la lecture des bandes dessinées est élevé. À 15 ans déjà, il y a presque autant de personnes qui se définissent comme « anciens lecteurs » de bande dessinée que de lecteurs effectifs.<sup>165</sup>

La troisième remarque est la nécessité, ceci en ma qualité de chercheur, de fournir des précisions portant sur mon propre passé de lecteur. La présence du chien dans la bande dessinée ne m'est pas étrangère. C'est pourquoi la décision d'inclure le chien dans la bande dessinée franco-belge à la recherche n'est pas incongrue. Mes principales lectures de jeunesse furent les suivantes : les albums cartonnés de *Boule et Bill*, *Cubitus*, *Grimmy*, *Snoopy*, *Gai Luron* et *Chiffon*. Du côté de la presse papier, *Pif gadget*, *Mickey Parade*, *Picsou magazine* ainsi que les magazines jeunesse *Wapiti* et *Okapi*. Du côté de la télévision en couleur, les dessins animés *Les aventures de Tintin*, *Pif et Hercule*, *Scoubidou* et *Rantanplan* constituèrent mes rencontres. Mon passé de lecteur de bande dessinée et de téléspectateur d'adaptations télévisées a vraisemblablement été déterminant dans mon intérêt. L'effet générationnel est à prendre en compte car il justifie en partie le choix dans les sujets de recherche.

L'enfance, et le retour à l'enfance. C'est sur ce point que nous concluons notre introduction. Comment comprendre en effet sa connivence avec l'enfance ? Théoricien majeur de la bande dessinée, Thierry Groensteen a amené des éléments de réponse : l'émerveillement, le plaisir et surtout la pratique du dessin. À la manière d'Isabelle Nières-Chevrel pour la littérature de jeunesse, c'est en interrogeant des artistes adultes de bande dessinée que le rapport privilégié de l'enfance à la bande dessinée est apparu. Ce « retour à la jeunesse » qu'éprouvent les créateurs se révèle déterminant. Faire une bande dessinée offre la possibilité de faire revivre son passé. Ce qui avait déjà été souligné chez des auteurs de littérature de jeunesse dans le premier chapitre est une nouvelle fois de mise. Pour en revenir à la pratique du dessin en tant que procédé d'évasion

---

<sup>165</sup> Thierry Groensteen, « Enfance », extrait du dictionnaire esthétique et thématique de la bande dessinée, (non paginé) décembre 2012, sur : <http://neuviemeart.citebd.org/spip.php?article506>.



efficace, il est analysé comme étant l'une des clés de voûte de la manifestation de cette alliance : « Il est le lieu d'un passage, il assure la conversion du monde réel en un autre espace-temps qui le double, lui ressemble, mais s'en distingue aussi. Un monde épuré par les lignes, rendu plus lisible. Un monde qui a su s'affranchir de la plupart des pesanteurs physiques et des contraintes logiques »<sup>166</sup>. Ceci fait écho à ce qu'avait formulé Rodolphe Töpffer dans sa réflexion sur cette forme artistique :

Ces « gribouillis » lui permettent également d'expérimenter l'efficacité des « signes graphiques » (l'expression est de Töpffer). Dès 1839, le professeur genevois fait l'apologie du « croquis rapide » qui, loin d'imiter bêtement comme la photographie ou le calque, reproduit l'« impression première » (livre quatrième, chapitre VIII des *Réflexions et menus propos d'un peintre genevois*). Plus loin encore, il loue la naïveté, l'« ignorance graphique du dessinateur », jusqu'à revaloriser l'imagerie populaire et le dessin d'enfant qui devient à ses yeux le point d'origine (ontogénétique et phylogénétique) de l'art. Vers 1845, dans *l'Essai de physiognomonie*, Töpffer reprend les mêmes arguments pour légitimer la littérature en estampes et son expérience dans un genre dont il s'estime le fondateur.<sup>167</sup>

L'autre point soulevé par Thierry Groensteen est l'impact de l'augmentation sans précédent de la présence de l'image dans nos cultures sur la capacité d'émerveillement de la bande dessinée chez les enfants. La bande serait-elle menacée par l'expansion des images de la télévision, des jeux vidéo et de la connexion galopante au réseau mondial ? « À l'heure d'internet et des jeux vidéo, cette puissance d'évocation agit-elle encore de la même manière sur les jeunes générations, saturées d'images ? La question est posée, mais nous sommes, pour l'heure, impuissants à y répondre ».<sup>168</sup> Cette réflexion soulève la question de l'environnement médiatique de l'enfant et le danger potentiel que représentent les jeux vidéo et Internet sur le devenir de la bande dessinée. En lien aux nouvelles technologies et afin de circonscrire notre recherche, suite au chapitre consacré à l'évolution numérique du livre, il nous faut tout de suite préciser qu'une bande dessinée numérique se développe.<sup>169</sup> Enfin, pour conclure sur la question du format, nous précisons que les chiens de bande dessinée sur lesquels nous nous pencherons sont avant tout des chiens de

---

<sup>166</sup> Thierry Groensteen, « Enfance », extrait du dictionnaire esthétique et thématique de la bande dessinée, (non paginé) décembre 2012, sur : <http://neuviemeart.citebd.org/spip.php?article506>.

<sup>167</sup> Philippe Kaenel, « Les fantaisies canines de Rodolphe Töpffer », dans Éric Baratay et Philippe Delisle (éd.), *Milou, Idéfix et Cie. Le chien en BD*, Paris, 2012, p. 27–42, ici p. 30.

<sup>168</sup> Thierry Groensteen, « Enfance », extrait du dictionnaire esthétique et thématique de la bande dessinée, (non paginé) décembre 2012, sur : <http://neuviemeart.citebd.org/spip.php?article506>.

<sup>169</sup> Julien Baudry, « Histoire de la bande dessinée française », dans *Neuvième Art 2.0*, 2012.

bande dessinée de presse et d'albums. Nous savons que la bande dessinée franco-belge désigne plus un format qu'un genre. La bande dessinée franco-belge et l'album ont définitivement une histoire commune : en effet, les années cinquante est l'époque à laquelle l'album s'implanta<sup>170</sup> et où le terme de bande dessinée s'est fossilisé. Quant aux voies qui mènent à la bande dessinée, elles sont diverses. Pour la philosophe Élisabeth de Fontenay, ce fut avec l'album lorsqu'elle passa son année à Sciences-Po à lire les aventures de Tintin à la bibliothèque. Pour d'autres, la découverte se fit peut-être par le refrain de la chanson *Comme Tintin* chantée par la chanteuse des enfants Chantal Goya : « Il n'y en a qu'un sur terre. Gentil comme Tintin. Malin comme Tintin. C'est lui le plus grand des reporters. Avec son petit chien si drôle. Qui court comme Tintin. On s'entend bien ! ». La manière dont nous vivons la bande dessinée est plurielle : les adaptations cinématographiques et télévisées de la bande dessinée franco-belge, américaine et japonaise ont été influentes. Elles peuvent réactualiser une série sur le déclin : Tintin, Astérix, Boule et Bill, Léonard, Lucky Luke, Rantanplan, Pif et Hercule, Garfield ou Snoopy s'agitent sur les écrans. Le lecteur ne constitue donc pas l'unique initié. Il faut y inclure le téléspectateur, le joueur ou l'auditeur (la radio).

Omettre de traiter le chien dans la bande dessinée serait jugé indigne de la part d'un francophone de France ou de Belgique. Le neuvième art est constitutif de nos cultures, tout comme les chiens. Que cela déplaise à quelques intellectuels indifférents ne doit pas cacher l'intérêt qu'il a suscité chez d'autres. Pour la philosophe auteur du *silence des bêtes*, Milou nous donne une leçon de philosophie marquant sa supériorité à la théorie de l'animal machine. Le fox terrier d'Hergé ferait affront à l'auteur du *Discours de la méthode* :

Mais quelle est la nature de son discours intérieur ? Car si lui-même semble parler beaucoup, ce n'est que *in petto*, il pense en s'adressant à Tintin et bien sûr, au lecteur [...] Et lorsqu'il lui arrive d'être franchement bavard comme dans Tintin en Amérique, on est jamais sûr que son maître l'entende comme nous le lisons,

---

<sup>170</sup> Sur l'essor du format album de bande dessinée : « Les années 1950 sont celles des premiers succès d'albums de bande dessinée. Supports qui viennent compléter la presse. Ces albums offrent des histoires complètes, souvent prépubliées dans les magazines jeunesse et sont eux aussi vendus en kiosque. Au départ, il s'agit de petits formats (13x18cm), mais la norme devient bientôt le format A4 (21 x 29,7 cm). Le marché des albums de bande dessinée connaît son âge d'or entre 1955 et 1965, notamment en raison de l'énorme succès d'*Astérix le Gaulois*, série créée en 1959 par Uderzo et Goscinny, et dont le premier album paraît en juillet 1961. Dès lors, la consommation de la bande dessinée se fait de plus en plus par l'acquisition d'albums, et de moins en moins par la lecture des magazines » (Kriegk et Launier, 2011, p. 16).

leurs pensées semblent parfois parallèles, comme lorsque Milou réagit à la perplexité de Tintin : « Moi, je n'aime pas quand tu prends cet air sérieux ». Mais au fond, c'est peut-être tout simplement qu'ils communiquent d'âme en âme, parce que Milou a reçu un don de son auteur, celui d'avoir droit à une pensée s'exprimant par des paroles intérieures. Voilà donc un chien qui, par son *logos endiathetos* avéré, dément Descartes.<sup>171</sup>

Serait-il dès lors préférable de nous calquer sur le comportement irréprochable de Tintin vis-à-vis de son chien ? Non, car contrairement à ce qu'affirme la philosophe, Milou a bien été tenu en laisse. En effet, dans l'album *Vol 747 pour Sydney* (1968), au grand désespoir de son chien, Tintin appliquera le règlement des aéroports. Notre décision consiste à confronter la recherche sur les chiens en sciences humaines et sociales, en sciences vétérinaires avec celles du neuvième art. Pour comprendre les tensions entre le chien vivant et fictif et celles entre la bande dessinée et ses déclinaisons, la problématique de la définition ressurgit. Le scénariste et théoricien Benoît Peeters tente de la circonscrire par le recours à l'histoire. Il en formalise ainsi les spécificités – le rapport image/texte, la définition de la planche et de la case, les logiques narratives, les problématiques de son élaboration, sa distance avec le cinéma ou la peinture – et ses limites. En rapport direct avec la bande dessinée franco-belge qui nous intéresse ici, évoquer la censure nous permet d'en saisir les ressorts historiques et artistiques. La bande dessinée a du se mettre au pas. Bien avant l'essor des jeux vidéo et des débats de société portant sur la violence, c'est dans son identité que la bande dessinée fut jugée dangereuse. L'impact de la célèbre loi du 16 juillet 1949 sur son développement est important :

Ces dénonciations sont de plus sous-tendues ou accompagnées d'une théorie ordinaire des effets qui stigmatise tout particulièrement la bande dessinée. En raison de ses caractéristiques mêmes – des images fixes que l'on peut conserver –, la bande dessinée est perçue comme ayant un effet comportemental (incitatif) et moral (démoralisateur) direct sur ses (jeunes) lecteurs, plus encore que d'autres médias alors également décriés : « On a fait le procès du cinéma et du journal illustré ; le cinéma a cependant cet avantage, sur le plan moral, que, la séance finie, l'image s'évanouie peu à peu de la mémoire, tandis que l'image, dans le journal illustré, étalé au kiosque, acheté, reste, persiste, peut être découpée, conservée par l'enfant, l'image du gangster au corps épais, à la tête minuscule, imposant aux mœurs la dictature de la mitrailleuse ». C'est cette conception qui fonde le lien entre hausse de la délinquance juvénile et publication

---

<sup>171</sup> Élisabeth de Fontenay, « Milou contre Descartes », dans *Philosophie Magazine*, 8 Hors-série, 2010, p. 14–15, ici p. 15.

de la jeunesse et qui va justifier l'adoption de la loi du 16 juillet 1949.<sup>172</sup>

Cette loi va peser sur la presse et sur les auteurs de bande dessinée. Elle obligera les créateurs à tendre vers plus de consensuel. L'aspect et le caractère enfantin des personnages chiens de la bande dessinée franco-belge s'y rattachent. Aujourd'hui reconnue, la bande dessinée promue au rang d'art n'en demeure pas moins sous contrôle permanent de la censure. Finalement, ne pourrait-on pas émettre l'hypothèse que la bande dessinée est à l'image de l'aspect fragmentaire de sa case, c'est-à-dire un art en déséquilibre ? « Suivant en cela Pierre Fresnault-Deruelle, je définirai la vignette de bande dessinée comme une image « en déséquilibre », écartelée entre celle qui la précède et celle qui la suit, mais non moins entre son désir d'autonomie et son inscription dans le récit ». <sup>173</sup>

Dans la cadre de notre recherche, informés que la tentative d'essentialisation est une impasse à éviter,<sup>174</sup> notre méthode relève plus de l'esquisse que d'un discours. Contrairement à ce que nous avons entrepris dans notre analyse de la littérature de jeunesse, nous allons nous focaliser plus précisément sur le chien et moins sur l'appréhension de l'objet et du registre de l'image. Nous commencerons par traiter du contexte de l'émergence du chien dans la presse pour en venir au chien de bande dessinée. Enfin, nous nous intéresserons aux recoupements entre le neuvième et le dixième art.

---

<sup>172</sup> Jean-Matthieu Méon, « L'illégitimité de la bande dessinée et de son institutionnalisation. Le rôle de la loi du 16 juillet 1949 », dans *Hermès, La revue*, n° 54, 2009, p. 45–50, ici p. 47.

<sup>173</sup> Benoît Peeters, *Lire la bande dessinée*, Paris, 2002, p. 29-30.

<sup>174</sup> Éric Dacheux, « Introduction générale », dans *Hermès, La revue*, n° 54, 2009, p. 11–17.

## I. L'émergence du chien de papier

La bande dessinée ne naît pas en Europe par hasard. Elle prolonge une tradition d'illustrateurs comme Gustave Doré, et de caricaturistes comme Honoré Daumier. Ce sont incontestablement des précurseurs auxquels il manque encore deux idées principales : l'intégration du texte à une image (l'illustration de Doré, par exemple, est toujours séparée du texte) et l'idée de séquence narrative (Daumier, parmi d'autres invente la caricature, associe texte et image, mais celle-ci ne raconte pas une histoire). Inventée en 1827, la bande dessinée va mettre un certain temps à s'imposer. Ce n'est qu'au début du XXe siècle qu'elle se développe réellement.<sup>175</sup>

### 1. Du dessin de presse à l'album : une domestication réussie

La représentation du chien dans l'art n'est évidemment pas datée de la bande dessinée. Elle la précède historiquement et continue de l'accompagner. C'est le cas de la caricature en Angleterre au début du XIXe siècle et en France un peu plus tardivement dont l'essor est à mettre en lien avec l'avènement de la presse et de la lithographie.<sup>176</sup> Outre-Manche, grâce aux travaux actuels d'amateurs, tout un pan de l'histoire de la bande dessinée vient d'être redécouvert. La presse anglaise devient une étape historique décisive de l'évolution de la bande dessinée et du cinéma. Les journaux *The Illustrated London News*, *The Graphic* et le satirique *Punch* ont été féconds durant toute la deuxième moitié du XIXe siècle. Pour ces créateurs, l'image réaliste n'était pas recherchée. Elle se voit même tournée en dérision si bien que l'on y retrouve l'attaque portée en son temps par Rodolphe Töpffer contre la photographie. Les nouvelles techniques de l'image ne sont pas perçues comme garantes d'amélioration de l'image. On s'amuse de cette prétention de la technique comme dans *Photographing a Dog* par William Ralston (le 17 juillet 1890) pour *The*

---

<sup>175</sup> Kriegk et Launier, 2011, p. 13.

<sup>176</sup> Sur la caricature, « Les animaux pour le dire. La signification des animaux dans la caricature », *Ridiculosa*, n°10, 2003 ; La revue *Sociétés et représentations*, 2009/1 n°27.

*Graphic*.<sup>177</sup> Le chien se voit enrôlé dans les charges de la presse anglaise et dans la capacité des appareils techniques à en reproduire l'authenticité. Cet aspect, notons-le bien, se retrouvera plus d'un siècle plus tard dans la volonté de jeux vidéo tels que *Nintendogs* (2005) de vouloir reproduire le réel. L'art de la caricature et l'illustration coexistent dans le recours au chien comme modèle. A titre d'exemple, il est impensable d'omettre Persis Kirmse (1884-1955) qui produira de somptueuses illustrations, notamment de chiens, pour l'aristocratie anglaise. Ses illustrations seront utilisées dans des livres par Frances Pitt and E.V Lucas, ainsi que pour des calendriers et des cartes postales. En outre, elle combina son intérêt pour le dramaturge anglais Shakespeare et pour les chiens en publiant *Shakespeare at the Kennels* (1934), *Shakespeare with the Pets* (1935), *Shakespeare at the Zoo* (1936) et *Shakespeare and the Birds* (1938). En 1916, ses œuvres furent exposées au prestigieux *The Art Institute of Chicago*.

En France maintenant, après Honoré Daumier chez qui le chien se retrouve dans environ deux cents gravures, Grandville est celui qui a excellé dans ce domaine avec l'anthropomorphisme et l'humour qui furent les siens. Auteur de plusieurs œuvres phares dont *Les contradictions d'une Levrette*, Grandville était un artiste reconnu de son temps. Son influence fut notoire. À propos, notons qu'il deviendra lui-même admirateur de Rodolphe Töpffer quant à sa faculté à produire seul le texte et la gravure. Enfin, le graveur et illustrateur Auguste André Lançon qui a collaboré un temps avec Gustave Doré fut également très prolifique, par exemple dans *Le Monde illustré*, *L'Illustration* et le *Temps*. En résumé, sans approfondir les représentations de chien dans la presse et le livre, l'essentiel est pour nous de montrer que la présence des chiens dans la bande dessinée se rattache à un contexte plus général et transnational de l'émergence de la presse à grande échelle. La caricature demeure d'ailleurs d'actualité. Le chien fait toujours l'objet de la charge de la satire. À un niveau géopolitique, il a par exemple servi à exprimer les relations entre les États-Unis de George W. Bush et l'Irak de Saddam Hussein.<sup>178</sup> Dans un contexte plus national, c'est avec un brin de physiognomonie que les différentes races de chien figurèrent les représentants

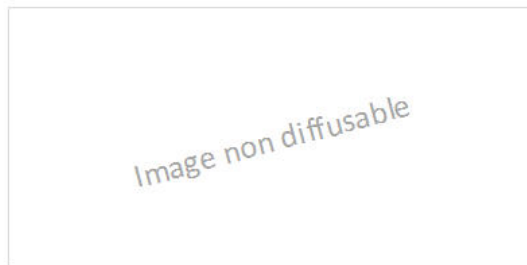
---

<sup>177</sup> Le dossier de Thierry Smolderen sur la presse anglaise. « 1. Les débuts de la bande dessinée dans l' « Illustrated London News » », « 2. Les suppléments de Noël et d'été », « 3. Les bandes dessinées journalistiques du « Graphic » et de l' « Illustrated London News », janvier 2012, sur <http://neuviemeart.citebd.org/spip.php?article357>.

<sup>178</sup> Susan McHugh, *Des Hommes et des ... Chiens*, Lonay, 2005, p. 193-199.

politiques dans l'album *Ces cabots qui nous gouvernent* paru en 2002.<sup>179</sup> L'écrivain Jules Vallès n'a donc pas été le seul à se voir caricaturé en chien ! Plus généralement, nous savons que la caricature est à mettre en relation avec le renouvellement des rapports entre les humains et animaux. L'année 1856 est un vrai *Charivari* animal balancé entre la SPA, la taxe pour le chien et l'hippophagie.<sup>180</sup> La conséquence pour le chercheur est que la présence conjointe des chiens dans la gravure, l'illustration, la peinture, la caricature et la bande dessinée récente fournit un terrain d'investigation important. Mais si le chien de magazine est en haut de l'affiche, le chien de bande dessinée est plutôt en os de la case !

### Illustration 2



Idéfix, l'irréductible chien gaulois

## 2. Le chien dans la bande dessinée

Quoi qu'il en soit, dès ses premiers frémissements, le nouveau média met en scène, plus ou moins directement, des chiens. Un tel constat n'est pas surprenant : l'animal de compagnie qui était apparu dans l'aristocratie, commence en effet à se populariser au sein de la bourgeoisie. Dans sa célèbre « histoire » en deux vignettes parue dans *Le Figaro* en 1898, et qui montre une honorable famille déchirée à la seule évocation de l'affaire Dreyfus, Caran d'Ache prend soin de placer un petit chien au premier plan. On peut aussi évoquer l'album *Tintin Lutin* édité en 1898, et réalisé par

---

<sup>179</sup> Louis Lévy, « Ce que disent les animaux humanisés dans la caricature de presse naissante », dans *Ridiculous*, n° 10, 2003, p. 243–254.

<sup>180</sup> Agnès Sandras-Fraysse, « 1856 vu par Le Charivari. Année bestiaire ou année zoo ? », dans *Sociétés & Représentations*, n° 27, 2009, p. 39–64.

Fred Isly et Benjamin Rabier.<sup>181</sup>

Il y a eu le temps des précurseurs. Dans la France de la fin du XIXe et du début du XXe siècle, des chiens graphiques ont pointé le bout de leur museau sous le crayon d'Auguste Vimar, l'auteur et illustrateur du chien Clown, chez Benjamin Rabier (le chien Flambeau), Pol Rab (les chiens *Ric et Rac*), O'Klein (les illustrations des chiens de chasse de *Avoir un chien*), Jean Eiffel ou encore Tetsu, Schmoit ou Maurice Henry. Ces précurseurs, c'est leur attribut premier, sont pour la plupart des curieux attirés par plusieurs formes d'art, notamment la peinture et le dessin animé. De plus, l'aire géographique dépasse l'aire linguistique francophone des artistes. Songeons aux histoires des deux chiens *Plisch et Plum* de l'auteur allemand Wilhelm Busch, célèbre pour *Max et Moritz*. Le premier critique de bande dessinée, en la personne de Wolfgang von Goethe, fut bien allemand et non franco-belge ou américain. C'est lui qui, séduit par les dessins de Töpffer, l'encouragea à continuer !

C'est ainsi que le chien est inséparable de l'éclosion de la bande dessinée. Dès les origines, des chiens étaient présents chez le genevois Rodolphe Töpffer et quelques décennies plus tard, chez Benjamin Rabier. Mais là encore, la présence du chien est à observer dans le détail. En effet, on remarque que par la suite de nombreuses bandes dessinées franco-belges des années 1930-1940 ne possèdent pas d'éléments ou de personnages chiens durables. L'évolution n'est aucunement linéaire. C'est de manière inconstante mais régulière que les chiens se sont nichés. Le pic canin se situe en plein milieu du XXe siècle : c'est à ce moment que les chiens déferlent dans la bande dessinée en tous sens : chien de guerre, chien de paysan, chien de garde, chien de berger, chien policier ou d'espionnage. Les chiens seront salvateurs, héroïques, compagnons, autonomes et bien sûr chiens de compagnie. Ils seront les personnages principaux des histoires (ex : Boule et Bill) ou des personnages canins venant suppléer le personnage humain préexistant. Dans ce dernier cas, Lucky Luke rejoint par Rantanplan est l'exemple le plus démonstratif. Il est encore possible qu'un personnage secondaire soit décliné en une série dédiée. C'est l'exemple du pauvre Idéfix qui une fois devenu le héros de sa bande dessinée, s'est vu contraint de se soumettre aux

---

<sup>181</sup> Philippe Delisle, « La BD francophone, terre d'aventures canines ? », dans Éric Baratay et Philippe Delisle (éd.), *Milou, Idéfix et Cie. Le chien en BD*, Paris, 2012, p. 5-23, ici p. 5-6.



jeux des enfants romains.<sup>182</sup>

Des figures se détachent de par leur pérennité, réactualisée par la parution d'un magazine, d'un dessin animé, d'un film ou de travaux universitaires et amateurs : Flambeau, Milou, Idéfix, Pif, Rantanplan, Bill, Cubitus, Vaillant et le « chien gris » possèdent définitivement une patte ancrée dans notre culture de l'enfance et de l'adulte. La bande dessinée ne naît pas en Europe par hasard, la présence du chien en son sein se justifie par celle des animaux vivants. Le chien de compagnie devient un animal de plus en plus proche, physiquement et qualitativement, des humains. Le modèle, progressivement, domine notre rapport inter-espèces. Le contexte social et culturel du chien dans les sociétés est pleinement à prendre en considération. La bande dessinée est née en Europe (aux États-Unis et au Japon) à une époque où le chien en tant qu'animal de compagnie se répand sur un espace plus large de la société.<sup>183</sup> L'art en rend compte, par exemple avec l'engouement pour le portrait canin. Réservé aux grands et aux souverains, le portrait canin avait émergé au XVIe siècle.<sup>184</sup> Alors que les représentations artistiques des chiens des hommes et femmes de cour renvoyaient principalement au paraître, les portraits canins de l'aristocratie et la bourgeoisie des XVIIIe et XIXe siècles tendront vers plus de psychologie, d'identité et d'individualité, sans toutefois évacuer l'aspect social.<sup>185</sup> Par la suite, la photographie naissante restructurera ces tendances. Au XXIe siècle, c'est la photographie professionnelle du chien qui prédomine, sans oublier la photographie amateur diffusée ou non sur Internet. L'important pour nous ici n'est pas de présenter la complexité du contexte artistique et social des chiens dans nos sociétés mais de l'inscrire dans ce mouvement de l'avènement du chien en tant qu'animal de compagnie et de la bande dessinée. Rodolphe Töpffer n'était pas le seul à vivre avec des chiens. Et depuis, il n'est pas rare que des chiens fictifs de bande dessinée soient eux aussi « tirés d'une histoire vraie (canine) » !

---

<sup>182</sup> René Goscinny et Albert Uderzo, *Idéfix et la petite fille*, Paris, 1973.

<sup>183</sup> Éric Baratay, *Le point de vue animal*, Paris, 2012.

<sup>184</sup> Katherine MacDonogh, *Histoire des animaux de cour*, Paris, 2011.

<sup>185</sup> Éric Baratay, *Bêtes de somme. Des animaux au service des hommes*, Paris, 2011.

## II. Entre les cases : le réel et le fictif

### 1. Milou, un compagnon pas si imaginaire que ça...

Plus reconnu que les autres cabots de la bande dessinée, Milou sera notre modèle à suivre. Parmi la grande quantité de littérature portant sur l'œuvre d'Hergé surnommé le « Balzac de la bande dessinée », l'article d'Étienne Verrier qui étudie le traitement des animaux dans les aventures de Tintin a retenu notre attention.<sup>186</sup> Exclusive et détaillée, son analyse permet de présenter aussi bien le bestiaire d'ensemble de l'infatigable reporter belge, le carnage opéré dans *Tintin au Congo*, le déchaînement de la faune contre nos héros dans *Le temple du soleil*, l'évolution du rapport de Tintin aux animaux, les insultes à contenu animal du Capitaine Haddock<sup>187</sup> et surtout les attributs de son compagnon Milou. Nous précisons qu'une démarche autobiographique plus recentrée sur l'auteur artiste et sa réflexion sur son œuvre constitue une source supplémentaire de compréhension et d'analyse féconde.<sup>188</sup>

#### Illustration 3



Milou dans le jeu vidéo *Tintin Objectif aventure* (PC, 2001)

<sup>186</sup> Sur Hergé, voir le documentaire audiovisuel *Moi, Tintin*, Henri Roanne et Gérard Valer, 1992, 52 min.

<sup>187</sup> Albert Algoud, *Le Haddock illustré. L'intégrale des jurons du capitaine*, Paris, 1991.

<sup>188</sup> Numa Sadoul, *Tintin et moi. Entretiens avec Hergé*, Paris, 2000.

Ce fox-terrier à la morphologie inexacte de par ses couleurs et sa morphologie d'ensemble est un type de fox-terrier plutôt éloigné des chiens de cette race quelques décennies auparavant. Ceci signifie que Milou est un chien fox-terrier qui s'inscrit dans le standard d'époque de sa race canine. Milou peut chasser, aime la propreté, l'alcool et les poubelles de rue. Ce fox-terrier manifeste ouvertement des comportements qualifiés d'humains (parler, rire, pleurer) alors que dans le même temps certains comportements canins lui sont quasiment inconnus : il ne se gratte pas l'oreille avec la patte arrière et ne marque jamais son territoire, etc.<sup>189</sup>

Le point important pour nous est que Milou, en tant que chien de fiction, n'est pas en adéquation avec l'histoire des chiens de race de son époque. Dans le choix d'Hergé et le rapprochement de Milou aux fox-terriers de l'époque, Michel Pastoureau montre que Milou est lié au chien vivant :

Cela dit, Milou n'est pas n'importe quel chien, ni un corniaud. C'est un fox-terrier. Lorsqu'il fut créé, à la fin des années 1920, ce choix n'était pas un hasard. Dans la bonne société belge et française (mais aussi anglaise et écossaise), les fox-terriers étaient à la mode. On aimait la forte personnalité, leur caractère têtu et tenace, leur regard pétillant, leur intelligence supérieure, à celle de la plupart des autres chiens. Qu'il soit téméraire, parfois imprudent, souvent rebelle, ne semble pas avoir nui alors à leur excellente réputation. Pour Hergé, doter en 1929 son petit reporter et boy-scout belge d'un tel compagnon c'était à la fois un moyen de le rattacher à une certaine classe sociale – Tintin n'est en rien un prolétaire, ni même un petit bourgeois – et une façon d'annoncer les aventures à venir, le fox-terrier [sic !] n'étant un chien ni casanier ni résigné.<sup>190</sup>

Dépasser la simple histoire culturelle des chiens nous invite à observer ce qui est engagé du côté des chiens vivants. Le premier point est le changement de morphologie. Le fox-terrier représenté par Milou témoigne de l'amélioration récente de la race. Alors qu'à la fin du XIXe siècle le fox-terrier possédait un museau pointu, une queue plus fine et un poil très ras, celle de l'époque de Milou possède un corps plus géométrisé ainsi qu'une queue plus relevée et aux poils plus longs. La bande dessinée nous indique la transformation corporelle des chiens. Le deuxième point est le rapport de proximité entre le chien et l'humain que Tintin et Milou expriment.<sup>191</sup> C'est ce qui nous amène à la relation de Milou à l'intérieur de la bande dessinée. Les liens qui unissent les

---

<sup>189</sup> Etienne Verrier, « Les perroquets, Milou, le Yéti et les autres. Les animaux dans les aventures de Tintin », dans *Ethnozootechnie*, n° 88, 2010, p. 59–72.

<sup>190</sup> Michel Pastoureau, *Les animaux célèbres*, Paris, 2001, p. 216.

<sup>191</sup> Etienne Verrier, « Milou, un sage épicurien », dans Éric Baratay et Philippe Delisle (éd.), *Milou, Idéfix et Cie. Le chien en BD*, Paris, 2012, p. 85–105.

personnages chiens aux humains de l'histoire démontrent que l'identité, loin d'être opaque et figée, est commune. Paul Vandromme a déniché le côté Milou du Capitaine Haddock :

Milou flaire tout de suite les traces qui lui sont familières. L'apostrophe à Tintin, c'est celle qu'il a déjà adressée, mais dans son patois de fox-terrier. Le chemin du château, c'est le chemin de la niche qu'on s'obstine à ne pas lui offrir et dans laquelle il se calfeutrerait avec précaution. L'armoire au whisky, c'est un réfrigérateur rempli d'os et de viande crue. Le fauteuil, c'est le panier d'osier où les chiens domestiques font semblant de fermer l'œil en attendant l'arrivée des chats siamois. Lui aussi, il (Milou) est capable d'employer les tournures de Haddock : il a dit dans *Objectif lune* : « Satané scaphandre », « espèce de trench-coat à lunettes », « espèce de cigare volant ». Seulement par la faute d'Hergé, Haddock ne comprend pas ce langage, – qui est pourtant le sien. Ah ! Si Milou pouvait se faire entendre du capitaine, comme de Tintin. Tout serait simple, alors. Haddock se rendrait compte qu'il ressemble à Milou.<sup>192</sup>

Quant à Jean-Marie Apostolidès qui dans son livre *Les métamorphoses de Tintin* étudie le rôle fondateur du duo formé par Tintin et Milou, il met en lumière sa séparation progressive due aux ruptures provoquées par l'arrivée du capitaine Haddock et du professeur Tournesol dans les aventures et sa conséquence pour Milou. Ainsi, au fil des aventures et de son déclassement dans la hiérarchie des personnages, Milou affirmera progressivement sa nature et sa culture de chien. Milou s'émancipe et finira par s'opposer à tous ceux qui dénigrent les chiens en proclamant « Nom d'un homme ! ».

Si nous insistons sur le lien entre les deux, c'est qu'il servira de prototype entre Tintin et les autres membres de son futur clan. Dans l'univers primitif, celui-ci se réduit à Milou, Coco n'étant qu'un comparse qu'on abandonne sans regret ; le rapport entre les deux est une franche camaraderie, une amitié absolue comme il s'en développe pendant l'adolescence, sentiment qui répète, avec un être à la fois semblable et différent de soi, l'existence fusionnelle des premiers mois de l'existence. Tintin et Milou forment le couple primitif qui, en se séparant, en acceptant l'ambiguïté et la différence, engendrera l'univers complexe des aventures de Tintin.<sup>193</sup>

Le psychanalyste Serge Tisseron a lui aussi insisté sur le fait que le récit initiatique que forment les aventures de Tintin correspond à un processus de différenciation des différents personnages. À l'indifférenciation du début dans *Tintin au Congo* (1930), Milou et Tintin ne formeront plus une mais deux entités distinctes.<sup>194</sup> Ainsi, Milou s'émancipe mais « nom d'un homme ! », attention

---

<sup>192</sup> Pol Vandromme, *Le monde de Tintin*, Paris, 1959, p. 156.

<sup>193</sup> Jean-Marie Apostolidès, *Les métamorphoses de Tintin*, Paris, 2006, p. 86.

<sup>194</sup> Serge Tisseron, *Tintin et le secret d'Hergé*, Paris, 2009.

Milou, un vétérinaire s'approche. Le rappel à l'ordre surgit tout à coup au détour d'une case !

## **2. Le danger de l'imaginaire : un vétérinaire face à l'anthropomorphisme**

Trop occupés à l'effort de guerre, à creuser des trous, à sauver des personnes en détresse, à faire la chasse aux voleurs et aux Romains, les chiens de bande dessinée n'ont pas été suffisamment sur leurs gardes. Leur influence a été jugée néfaste. Les distinctions des lecteurs entre un chien de bande dessinée et un chien vivant seraient insuffisantes. Fictive, amusante et enfantine, la bande dessinée s'est déplacée dans le réel. Une thèse vétérinaire intitulée *Comparaison du chien de bande dessinée et du chien perçu par son propriétaire* fait l'inventaire des confusions. Le recul historique que l'on possède sur la bande dessinée dû à sa plus grande ancienneté, ceci en comparaison aux jeux vidéo qui n'ont que quarante ans d'âge, nous amène à penser qu'une thèse vétérinaire portant sur la comparaison du chien de jeu vidéo et du chien perçu par le propriétaire sera prochainement soutenue. Le premier point à signaler est qu'il s'agit d'une thèse vétérinaire. Cet état transparaît très distinctement dans la structure même du travail. En effet, le vétérinaire qualifié de nouvel ami se voit à la fois représenté comme le professionnel détenteur du savoir anatomique et comportemental sur le chien ainsi que comme le professionnel détenant seul la capacité de résoudre les difficultés du couple formé par l'humain-chien. Car les vétérinaires modernes sont également des commerçants liés à l'industrie de l'animal de compagnie, derrière la prise en compte de la bande dessinée par le corps vétérinaire, nous constatons que son intérêt n'est pas uniquement celui du patient humain-chien :

Le vétérinaire peut trouver, à travers la BD, une fenêtre ouverte sur cette perception de l'animal. La connaissance de ces clichés représente une aide non négligeable dans sa démarche thérapeutique, mais surtout dans sa communication médicale et commerciale avec les propriétaires [...] Il faut personnaliser sa consultation, rassurer les maîtres, les mettre en confiance et ce, dans un but de bien-être d'exercice (moins de petites frictions car plus de sympathie), mais aussi dans un but de développement commercial (vente

para-vétérinaire, aliments, accessoires, fidélisation de la clientèle).<sup>195</sup>

Cette identité n'enlève en rien la qualité de la recherche menée mais elle la positionne. C'est ce que montre l'ossature même de la thèse qui place systématiquement le vétérinaire en dernier maillon. De plus, si la bande dessinée et le propriétaire d'un chien sont jugés comme déviants à la réalité canine, le vétérinaire ne se voit pas directement remis en cause dans son savoir, même si l'auteur lui conseille vivement de lire davantage de bandes dessinées ! Or, au même titre que le scientifique et professionnel du chien, le vétérinaire, s'il se reconnaît et se voit légitimé comme porteur d'un savoir, ne l'est pas forcément. À ce titre, l'auteur se démasque, notamment par l'utilisation qu'il fait de l'anthropomorphisme et d'une approche non historique des chiens car figée. Alors que son analyse le pousse à condamner la fixité et rigidité du chien de bande dessinée – cet élément se retrouve chez le propriétaire qui le consulte (maladies, perturbations) –, lui-même assigne au vétérinaire le rôle de « remettre le chien à sa place ». Le problème est qu'en définissant ce que doit être la place du chien, la seule valide et garante d'équilibre, il prend la liberté de fixer la place du chien dans la société et dans sa hiérarchie à l'humain. Or, cette fixité prête à confusion. Le couple humain-chien n'est pas immobile. Il n'est pas figé dans la biologie ou dans l'histoire.

On pourrait pousser plus loin la logique de l'auteur de cette thèse et proclamer que sans l'intervention du vétérinaire, c'est-à-dire sans l'intervention du régulateur, le couple humain-chien se retrouverait de fait dérégulé et incapable. Sur ce point précis, mais dans un autre registre, Jocelyne Porcher qui voit dans le rapport aux animaux de compagnie un élevage, a soulevé la question de l'incapacité relationnelle des maîtres et le bien-fondé d'une intervention vétérinaire, quoiqu'insuffisante.<sup>196</sup> Mais n'est-ce pas la bande dessinée qui, à sa manière, a remis l'humain (le maître) à sa place, notamment les scientifiques qui avaient montré si peu de considération pour les émotions et ses capacités cognitives et intellectuelles ? Cette fixité du chien fictif et chez le vétérinaire qui l'étudie a la fonction de redessiner un chien réel. Confronté quotidiennement à ce qu'on nomme l'anthropomorphisme et les confusions, le vétérinaire se serait désigné garant de normes justes. Aujourd'hui, les vétérinaires se voient accompagnés de comportementalistes dans

---

<sup>195</sup> Didier Christophe, *Comparaison du chien de bande dessinée et du chien perçu par son propriétaire*, Thèse, École nationale vétérinaire d'Alfort, 2005, p. 111 + 115.

<sup>196</sup> Jocelyne Porcher, *Vivre avec les animaux. Une utopie pour le XXI<sup>e</sup> siècle*, Paris, 2011, p. chapitre 1.

cette démarche. Leur vitrine médiatique qui progresse leur fournit un écho de plus en plus fort. Certes, il peut être jugé absurde par les vétérinaires que la bande dessinée ne respecte pas le chien en lui interdisant de renifler, et de manière générale en l'« humanisant » à outrance. Notre propos ne consiste pas à nier les effets négatifs de l'anthropomorphisation des chiens fictifs sur les chiens vivants. Notre propos consiste à en retirer les effets qui sont positifs, voire bienfaisants. D'ailleurs, s'il était prêté si peu de capacités aux chiens par la science, la bande dessinée n'aurait-elle pas été une initiatrice d'une reconnaissance du chien tel qu'il semble être et non tel que tente de l'imposer la science. L'anthropomorphisation serait-elle à percevoir comme un mouvement vers le chien vivant ?

C'est sans doute pourquoi les théories les plus réductionnistes n'ont jamais emporté l'assentiment complet du public, même à leur apogée au milieu du XXe siècle. Cela a été souvent interprété comme une incompréhension de l'homme commun pour la science. Il faut plutôt l'envisager comme le fruit d'une résistance des chiens, soucieux de montrer plus de capacités que ce qu'on leur accordait, ce que le public a bien vu et qu'il a rapporté par des histoires, réelles ou inventées, notamment celles des célèbres Rintintin, diffusées dans tout l'Occident par le cinéma puis la télévision. Des histoires fausses, humanisées, montées de toutes pièces par des hommes, sans réalité canine, avec des rôles artificiellement composés dirons-nous aussitôt. Oui, mais assurés par des chiens jugés exceptionnellement « intelligents » et capables de répondre à ces caprices. Cette résistance canine est certainement l'une des raisons, à côté du changement du regard occidental sur les animaux, au retour d'une éthologie plus libérale à partir des années 80 ... ».<sup>197</sup>

La bande dessinée fut un espace artistique créatif dans lequel les libertés prises avec les chiens ont d'une certaine manière permis de militer en leur faveur, et puis, si la bande dessinée joue la carte de l'anthropomorphisme, avouons que l'industrie de l'animal de compagnie n'est pas en reste. Cette formidable opportunité économique n'est pas l'exclusivité de la bande dessinée et du dessin animé ! Les publicités télévisées mettant en scène les chiens et les chats auxquelles nous avons consacré un chapitre le démontreront.

Pour conclure sur la nécessité de cerner les enjeux des passages entre le réel et le fictif, nous parlerons d'un développement central contemporain. Avec l'avènement d'Internet sur lequel les sites en rapport aux animaux de compagnie se sont multipliés, la diffusion massive des appareils

---

<sup>197</sup> Éric Baratay, « Le chien intelligent, les oscillations éthologiques », dans Éric Baratay et Philippe Delisle (éd.), *Milou, Idéfix et Cie. Le chien en BD*, Paris, 2012, p. 241–245, ici p. 243.

numériques, il ressort que l'art du portrait de chiens, l'art de la bande dessinée et celui de la photographie se combinent. En plus des vidéos de chiens, de nombreux montages contenant des phylactères et des mises en scènes humoristiques circulent, une pratique ludique que les jeux vidéo exploitent également. À première vue futile, ce type de mise en scène d'animaux vivants est à rapprocher d'expériences scientifiques éthologiques, par exemple la confrontation au miroir.<sup>198</sup> Le site web français *Wamiz* présenté comme l'équivalent d'un Facebook des animaux de compagnie organise des concours de *Tooniz*. Un chat se regarde dans une glace. À gauche, un phylactère contient : « c'est qui ce type ? ». Encore plus proches des pratiques des enfants, ces montages photographiques inondent la presse qui leur est destinée. Dans son ensemble, ils se retrouvent aussi bien dans la publicité y compris les affiches de campagnes de défense des animaux, le roman-photo, le jeu vidéo, le dessin animé, etc.

#### Illustration 4



#### Exemple de *Tooniz* du site web *Wamiz*, le facebook des animaux

---

<sup>198</sup> Vinciane Despret, « Des intelligences contagieuses », dans Jean Birnbaum (éd.), *Qui sont les animaux?*, Paris, 2010, p. 110–126.



### III. La bande dessinée aux États-Unis et au Japon

Les aventures du chien de Sam Cobean connaissent également un grand succès. Rien n'illustre de façon plus amusante les critiquables règlements pris contre les chiens dans les grandes villes que ces courtes séries. Dans l'une d'elles on voit un chat affolé, poursuivi par un chien déchaîné. Pour lui échapper, le chat n'a d'autre solution que de s'engouffrer dans une boutique d'alimentation qui affiche à l'entrée cet avis : « Les chiens ne sont pas admis ».<sup>199</sup>

Comme le remarque le vétérinaire Fernand Mery, la bande dessinée se préoccupe des chiens de la vie réelle dans leur face-à-face avec les règles édictées par les humains. Outre-Atlantique, la bande dessinée met donc le chien en histoire. Que celui ou celle qui ne connaîtrait pas Snoopy de Charles M. Schulz se manifeste ! L'honneur d'avoir créé le premier chien parlant de la bande dessinée revient aux États-Unis : il s'agit de Tige, un American Bull terrier inventé par Richard Outcault et apparu en 1897 dans la revue comique *The Yellow Kid*. Après la création de la bande dessinée Buster Brown en 1902, le duo enfant terrible – chien comique connaîtra un succès retentissant. De nombreux produits dérivés dédiés virent le jour ainsi que de nombreux chiens prénommés Tige. Derrière les *Snoopy*, *Grimmy*, *Buster Brown* et *Odie* (le chien dans *Garfield*), la quantité de chiens issus de la bande dessinée représente vraisemblablement une meute. Citons encore les chiens de Walt Kelly et James Thurber. Le chien de bande dessinée dépasse les pays de l'Europe francophone.

Les États-Unis forment l'autre grand pôle de la bande dessinée. Introduite en 1842 où les histoires de Töpffer furent traduites, vers la fin du XIXe siècle, la bande dessinée n'est plus uniquement traduite mais au cœur du journal et de la revue de presse. La mode des comics trips hebdomadaires dans un premier temps, et celle plus tardive des « daily comic trip » a transformé la bande dessinée en une lecture régulière. D'abord publiée le dimanche dans les journaux, la bande dessinée va rapidement conquérir son public. Ces feuilletons de bande dessinée ont eu une grande influence et furent très tôt adaptés à la radio, au théâtre ou au cinéma. Il existe d'autres cas de figure : avant d'être un comics, *Félix le chat* (1919) de Pat Sullivan était projeté dans les

---

<sup>199</sup> Fernand Mery, *Le chien son mystère*, Paris, 1970, p. 120.

cinémas. Une différence avec le vieux continent est donc que les bandes dessinées qui sont diffusées dans les plus grands journaux visent la famille et non pas uniquement les enfants. Un autre aspect occulté par les historiens est qu'elle ne fut pas réservée aux hommes. Il y avait aussi des créatrices et des lectrices de *Comics*.

Dans les années 20, les enquêtes prouvent que les bandes dessinées des quotidiens sont lues autant par les femmes que par les hommes, toutes classes et races confondues. Des statistiques effectuées pour le *Comic Weekly* de la chaîne Hearst et reprises dans le numéro d'avril 1933 de *Fortune* montrent que, dans les familles, les planches dominicales sont lues par 90% des mères, 80% des pères, 100% des adolescents et des adolescentes, 100% des enfants plus jeunes (garçons et filles non distingués).<sup>200</sup>

L'étude de Jean-Claude Glasser nous laisse présager que les héros européens Obélix, Tintin et le chat Hercule ne sont pas les seuls à avoir été accompagnés de chiens. Les héroïnes américaines, fillettes malicieuses, espiègles, timides ou héroïnes aventurières, ont probablement été en relation ou en contact avec des chiens. Plus près de nous, il serait étonnant de ne pas trouver de chiens du côté des illustrés anglais destinés aux filles<sup>201</sup> ou des illustrés français tels que *Lisette*, *Fillette*, *Bernadette*, *La semaine de Suzette*. Les collections de poupées qui sont en vitrine au musée de la poupée de Paris nous laissent présager une présence canine, d'autant plus que le marché des poupées et des peluches était lui aussi en plein essor ! En ce qui concerne l'existence des créatrices, comparée à ce qui se passe du côté de la littérature de jeunesse, la présence féminine reste minime : environ 12% de la profession en France en 2014<sup>202</sup>.

Concernant le format de la bande dessinée aux États-Unis, le *Comic Book* apparu en 1930 – un fascicule agrafé peu onéreux – apportera le renouveau de la bande dessinée (nouveau format, importance visuelle de la couverture, récurrence des personnages, etc.) et la transformera en profondeur. Nous précisons que l'apparition du *Comic Book* n'a pas signifié la disparition des comics dans les journaux. Un autre tournant est la création dans les années trente des super-héros et super-héroïnes oubliés dont le cinéma à grand spectacle nous inonde depuis plus d'une

---

<sup>200</sup> Jean-Claude Glasser, « Une longue histoire d'amour. La bande dessinée américaine et ses lectrices », dans *Neuvième Art*, n° 6, 2001.

<sup>201</sup> Mike Kidson, « Cinquante ans d'illustrés anglais pour les filles », dans *Neuvième Art*, n° 12, 2001.

<sup>202</sup> Voir le dossier en deux parties de Thierry Groensteen « femme » : « femme (1) : représentation de la femme » et « femme (2) : la création au féminin », février 2014, dictionnaire esthétique et thématique de la bande dessinée, sur : <http://neuviemeart.citebd.org/spip.php?article677>.

décennie. Le chien fait son apparition : Lex Luthor combat Superman avec *Destructo*. Face à lui, Superman (1938 - ) fut suppléé par *Krypto* qui est membre de la *Légion des super Pets* dans laquelle Super-Horse, Super Monkey et le chat Streaky opèrent. Quant à l'homme chauve-souris (1939 - ), il a été accompagné du chien Ace apparu en 1955 à qui il donna un masque et un collier à son effigie.

Illustration 5



Illustration 6



*Adventures Comics* (couverture) n°322 (1964)

Batman (1955) avec Ace

Le lecteur avisé l'aura compris, c'est en partie par commodité si, afin d'illustrer la présence du chien dans les comics américains, les chiens de super-héros sont mis en lumière. L'existence du chien dans ces univers, quoique minime, a pour but de scinder l'existence d'un lien inextricable entre les comics et le chien. L'apparition des super-héros marque en effet ce que l'on qualifie d'âge d'or des comics, dû à la révolution éditoriale amenée par les *Comic Books* au début des années trente. La majorité d'entre eux n'évolue pas aux côtés de ces créatures mythologiques

modernes, ces chiens super-héros nous servent d'entrée sur la vaste production américaine. Selon une estimation américaine des années 1950 citée par Gail F. Melson, au minimum, pas moins de la moitié des personnages de bande dessinée des journaux dominicaux était des animaux.<sup>203</sup> Le travail de recherche est définitivement de grande ampleur. En y rajoutant l'influence de la fiction américaine sur les bandes dessinées européennes et les mangas japonais, son importance croît : ce n'est pas le chien *Rantanplan* qui nous contredira !

Lors de l'émission *Trente millions d'amis* du 23 février 1978, René Goscinny déclare : « Rantanplan c'est l'anti Rintintin, ce chien extraordinaire qui sait tout faire : ouvrir des boîtes de sardines avec les pattes ou aller chercher le 12e de cavalerie en leur disant d'arriver par le nord parce que les Sioux attaquent le fort par le sud. Ce chien nous a toujours un peu agacés, Morris et moi. Donc, on s'est dit qu'on allait en inventer un, sympathique mais alors totalement stupide, sans flair, sans instinct, ne se souvenant jamais du nom des gens...et nous avons créé [sic] Rantanplan.<sup>204</sup>

Les représentations de chiens circulent entre les cultures et les médias. Au XXI<sup>e</sup> siècle, à côté de l'impact américain, c'est celui du Japon qui s'impose. Le Japon, premier producteur mondial de bandes dessinées, exporte et séduit les lecteurs et lectrices du monde occidental et asiatique. En France, l'influence du manga est si forte qu'une volonté de créer des mangas *à la française* a progressivement émergé.<sup>205</sup> Au regard de l'histoire, ce n'est qu'un juste retour des choses :

L'apparition de la bande dessinée au Japon date, elle, de 1862, lorsque l'anglais Charles Wirgman fonde le *Japan Punch*, en hommage au *Punch* londonien. C'est donc tout naturellement que l'on va parler de « Punch-e » (« dessins de Punch » littéralement), de giga (« caricature »), voire de « toba-e » – en référence à un style de peinture de l'ère Edo, *Tôbaé* devenant aussi le nom de la revue satirique fondée par le français Georges Bigot à Yokohama en 1887.<sup>206</sup>

Dans la France d'aujourd'hui, ce sont ces trois « traditions » qui coexistent. Bien que dernière en date, la tradition japonaise s'est depuis imposée. Une analyse universitaire portant sur le chien en bande dessinée se doit d'inclure ces trois traditions. À cette coexistence entre ces trois

---

<sup>203</sup> Gail Melson, *Les animaux dans la vie des enfants*, Paris, 2009, p. 196.

<sup>204</sup> Jean-Paul Tibéri, « Rantanplan, au fil des albums », dans Éric Baratay et Philippe Delisle (éd.), *Milou, Idéfix et Cie. Le chien en BD*, Paris, 2012, p. 165–177, ici p. 167.

<sup>205</sup> Deyzieux, 2008.

<sup>206</sup> Xavier Guilbert, « Manga », extrait du dictionnaire esthétique et thématique de la bande dessinée, (non paginé) avril 2014, sur : <http://neuviemeart.citebd.org/spip.php?article783>.

« traditions » correspond celle que sont la bande dessinée, le dessin animé et le jeu vidéo.<sup>207</sup> Bien que la bande dessinée franco-belge se décline peu sous forme de jeux vidéo, quelques titres sont à signaler. Bien que le croisement entre ces deux médias soit complexe<sup>208</sup>, la carrière vidéoludique de ces chiens mérite toute notre attention.

#### IV. De la bande dessinée aux jeux vidéo : malléabilité et résonance

Il existe un va-et-vient entre les deux univers parallèles et c'est ce second lien que nous allons explorer maintenant. Cela permet aussi de tester une hypothèse proposée il y a quelque temps à propos du développement du chien de compagnie dans l'Occident contemporain et surtout sa vulgarisation sociale au milieu du XXe siècle, avec le passage d'un chien bourgeois à un chien pour tous ; hypothèse qui insistait sur le rôle crucial des médias modernes, presse écrite, cinéma, télévision, littérature livresque et...bande dessinée pour diffuser ce modèle canin auprès du plus grand nombre et l'inciter à l'adopter, ce qui suppose une porosité entre le réel et la fiction, une malléabilité de chacun et une résonance réciproque.<sup>209</sup>

Existe-t-il une diffusion des modèles canins de la bande dessinée vers le jeu vidéo ? Retrouve-t-on les chiens de la bande dessinée franco-belge et américaine dans l'offre vidéoludique ? Pour y répondre, la distinction entre l'adaptation et la jouabilité du personnage est à faire. En ce qui concerne la bande dessinée franco-belge, les adaptations des univers en jeux vidéo, sans être systématiquement mauvaises, n'ont jamais réussi à s'installer durablement dans le média. Les carrières vidéoludiques d'Astérix, Boule et Bill, Tintin, Spirou et Lucky Luke ne parvinrent pas à séduire sur le long terme malgré quelques titres réussis. En ce qui concerne la jouabilité des chiens, elle est presque nulle. Les chiens apparaissent sur les couvertures, occasionnellement à

---

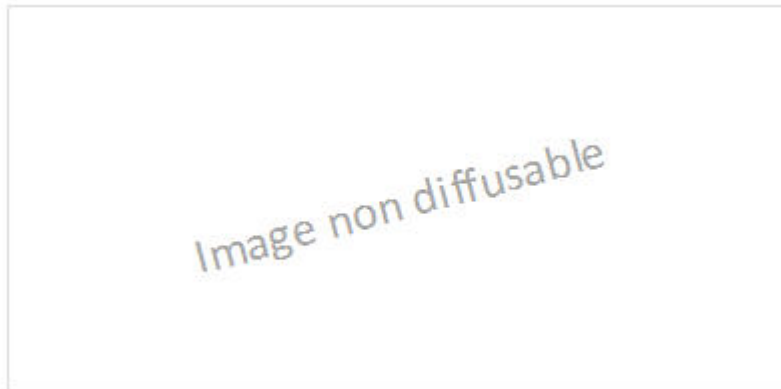
<sup>207</sup> Yves Chevaldonné et Jean-Paul Lafrance, « BD, dessins animés et jeux vidéo, même combat ! », dans *Hermès, La revue*, n° 54, 2009, p. 107–115.

<sup>208</sup> Pierre Fastrez et Baptiste Campion, « L'hybridation BD / jeu vidéo : émulsion impossible ? », dans *Hermès, La revue*, n° 54, 2009, p. 117–118.

<sup>209</sup> Éric Baratay, « Du chien réel au chien de BD, et retour », dans Éric Baratay et Philippe Delisle (éd.), *Milou, Idéfix et Cie. Le chien en BD*, Paris, 2012, p. 275–288, ici p. 277.

l'écran, dans quelques mini-jeux ou en tant que scénario de base mais dans l'ensemble, ils font acte de figuration et non d'interactivité. C'est ainsi que Rantanplan est disponible dans un mini-jeu du jeu vidéo *Lucky Luke – tous à l'ouest* (Nintendo DS, 2007). Les jeux vidéo Boule et Bill se limitent à quelques jeux dont *Boule et Bill À la rescousse* (Ordinateur, 2005) qui est un jeu de Point and click. Idéfix, bien que régulièrement présent sur la couverture de jeu comme pour *Astérix* sur Master system sorti en 1991, apparaît occasionnellement à l'écran de jeu sans être jouable. Au regard du catalogue très fourni de jeux vidéo Astérix présents sur ordinateur, consoles de jeux diverses, iPhone et iPad, cette sous-représentativité du chien gaulois étonne quelque peu. Moins adapté en jeu, les aventures de Tintin ne proposent rien de plus à Milou qu'une figuration à l'écran ou une petite participation. En résumé, les chiens de la bande dessinée franco-belge, à la différence du chien *Snoopy* et du chat *Garfield* et du duo *Max et Sam*, ne sont pas des avatars du jeu vidéo. Ils restent dans l'ombre des humains de pixels.

Illustration 7



Le constat est que le chien de la bande dessinée franco-belge ne s'est pas déversé dans le media de l'interaction qu'est le jeu vidéo. Suite aux déclinaisons en bandes dessinées et en dessins animés de certains personnages populaires (Idéfix, Rantanplan), le jeu vidéo aurait pu fournir un espace supplémentaire d'autonomisation des chiens. Or, ce ne fut pas le cas même si les liens entre les jeux vidéo et le neuvième art se situent plus du côté de la narration écrite et visuelle de la bande dessinée et des caractéristiques de traitement du chien.

### 1. Du langage humain (phylactères) et de son corps

Si les phylactères ne constituent pas une spécificité propre à la bande dessinée, ils en sont le signe identificateur. Depuis leur apparition en France en 1925 dans *Zig et Puce* d'Alain Saint-Ogan, les phylactères sont caractéristiques de la construction de cet art.

En bande dessinée, l'action sur le corps des personnages est accompagnée d'une ouverture sur leur intériorité. Ces bulles ont en quelque sorte autonomisé les chiens. Elles forment un espace dans lequel le point de vue et les réactions sont accessibles au lecteur. C'est ce qu'a souligné la philosophe Élisabeth de Fontenay en rapport à Milou : le lecteur est dans la confiance parce que le chien s'adresse directement à lui. Un langage par phylactères interposés existe. Le chien se manifeste également par des onomatopées qui se trouvent hors phylactère. De plus, il existe des nuances puisque certains personnages chiens comme Idéfix ne parlent pas<sup>210</sup> tandis que d'autres maîtrisent notre langage (Cubitus, Milou, Pif, Gai Luron). Cette communication est le plus souvent intra-spécifique comme lorsque Milou discute avec d'autres chiens avant son départ pour le Congo (*Tintin au Congo*). Historiquement, la faculté de langage a peut-être eu la fonction de maintenir le texte et la littérature (de jeunesse) au sein de ce media à images. Le texte a donné un « cachet » littéraire à la bande dessinée. Le phylactère est un outil de la bande dessinée : en tant que média « muet », la représentation graphique du son est centrale. En résumé, le chien possède

---

<sup>210</sup> Dans sa propre série d'albums, Idéfix aura un texte écrit à la première personne.

sa propre bulle, ce qui lui permet de le situer dans l'action, de la faire s'épanouir du décor, de s'en émanciper et de faire du chien un personnage participatif.

Si l'auteur nous ouvre les portes de la communication animale, cela lui élargit de manière importante le champ d'action de ses personnages canins. En effet, dans son histoire, seul le lecteur est l'intéressé final et c'est pour lui que tous les acteurs s'animent. Fournir au lecteur la clé du langage animal permet de faire des chiens de vrais personnages participant au scénario et à l'avancée de l'histoire. De personnages actifs physiquement, ils deviennent des personnages actifs dans la réflexion et donc des acteurs individuels, propres, bien différents d'un seul allongement du rayon d'action de leur maître.<sup>211</sup>

L'autonomie langagière du chien de bande dessinée sur la relation réelle entre un humain et un chien aurait-elle des effets néfastes sur les interactions ? Pour ce vétérinaire, le conflit est que le chien sert de ventriloque, ce qui se remarque par le fait que le type de communication du chien de bande dessinée est trop éloigné de la réalité biologique communicationnelle du chien réel. Pour ce professionnel de l'animal, les humains vivant avec des chiens transposeraient ces capacités langagières du chien de BD dans la réalité. Cette importation causerait des malentendus et amènerait à des conséquences directes sur les chiens vivants dès lors perçus comme leurs homologues de la bande dessinée. Le phylactère sèmerait la confusion au sein de nos relations aux chiens. Pour reprendre ses formulations, « de l'instinct à la pensée » et « des aboiements aux alexandrins », le chien de bande dessinée hors normes est en écart permanent avec le chien réel : « Ce chien hors normes est pourtant le portrait quasi conforme du chien tel que le perçoit son propriétaire. Loin de suivre une démarche artistique comme l'auteur de BD, celui-ci est victime d'un manque de connaissances, associé à une influence des idées reçues. Il en résulte une vision floue, anthropomorphique et fataliste de son animal de compagnie ».<sup>212</sup> Moyen d'autonomisation et de communication du chien de la bande dessinée, ces phylactères se retrouvent dans des jeux vidéo de simulation d'animaux de compagnie. Principalement, ce sont des mots et des icônes qui retranscrivent et extériorisent l'animal virtuel. La spécificité du jeu vidéo vis-à-vis de la bande dessinée consistera à faire intervenir le joueur à l'intérieur de cet espace. Par exemple, par l'activation d'un bouton de commande. La conséquence est que le phylactère devient interactif et que le joueur possède dans certains cas de figure la possibilité d'accélérer le rythme de

---

<sup>211</sup> Christophe, 2005, p. 25.

<sup>212</sup> *id.*, 2005, p. 115.



déferlement des phylactères. En appuyant sur un bouton, il accélère le passage des phylactères. Par exemple, dans le jeu vidéo *Dogz* (2007) sur console Nintendo Wii. Il ne place plus seulement le lecteur dans la confiance et la compréhension. Il le place aussi dans l'action.

Illustration 8



Illustration 9



#### Les phylactères du jeu vidéo *Dogz* sur console de jeu Wii (Nintendo, 2007)

Par la retranscription visuelle du son, la bande dessinée a codifié le chien en lui donnant un lexique, un langage, une pensée et une voix qui est celle que se figure intérieurement le jeune lecteur. Le dilemme posé par l'élasticité qui relie l'anthropomorphisation poussée de la bande dessinée aux chiens des consultations vétérinaires occasionne des dérives. Il s'agit d'un affrontement scientifique et idéologique : le sur-chien « imaginaire » de la bande dessinée est confronté au sous-chien « imaginé » des sciences vétérinaires.

À l'instar de la bande dessinée, le corps du chien de jeu vidéo s'éloigne du corps réel du chien dans les stations, la taille, le maniement des membres, l'expressivité du visage, etc. Sans attendre la moindre validité scientifique, les artistes de la bande dessinée, de l'animation et par la suite des jeux vidéo ont démenti ouvertement les morphologies et les éléments prétendument propres à l'humain comme le rire. Les possibilités de transformations des corps qu'offre le jeu vidéo sont grandes. Dans le cadre du neuvième art, la station bipède et la taille sont perçues comme particulièrement révélatrices :

La nécessité pour l'auteur de dessiner son personnage debout découle de la volonté d'en faire un personnage

d'égal à égal avec les hommes. La taille est en effet un élément important de la relation de dominance entre le maître et le chien. Si Milou ou Idéfix restent à leur place, c'est tout d'abord parce qu'ils sont à quatre pattes, dominés par leur maître. Ainsi Bill marque un tournant : il reste un chien dominé par les parents de Boule, mais avec ce dernier le rapport aussi bien physique que relationnel est très différent. Ayant quasiment la même taille que l'enfant (fig.12), il devient plus qu'un animal de compagnie, un véritable interlocuteur à part entière pouvant converser face à face [...] La station debout est donc l'évolution obligatoire pour faire du chien, personnage actif et manuel, un personnage principal.<sup>213</sup>

Le chien de jeu vidéo ose le face à face avec le joueur, parfois à son déplaisir. Dans le jeu de tir *Duck Hunt* (1985), le chien de chasse du joueur se moque de ce dernier lorsque la cible animale n'est pas atteinte. À la vue des captures d'écran du jeu *Duck Hunt* sorti sur console NES (1987) dont de nombreux joueurs se souviennent, l'influence de la bande dessinée et du dessin animé sur la création du chien chasseur est évidente. L'humour n'est ni le propre de l'humain ni celui de la bande dessinée.<sup>214</sup> Le jeu vidéo, parce qu'il demande au joueur de manier un avatar à l'écran est un média dans lequel l'anthropomorphisation des animaux et l'hybridité des corps se situent au cœur des logiques de jeu, particulièrement dans les jeux vidéo de plateformes. Les actions du personnage varient logiquement selon les jeux vidéo : frapper, sauter, glisser, manier une arme, conduire un véhicule, se moquer d'un chasseur (joueur) maladroit...

Illustration 10

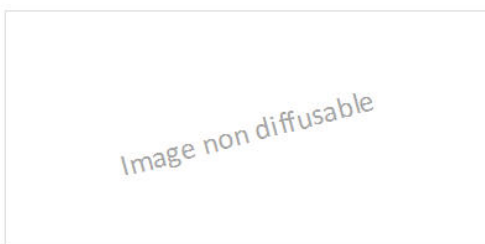
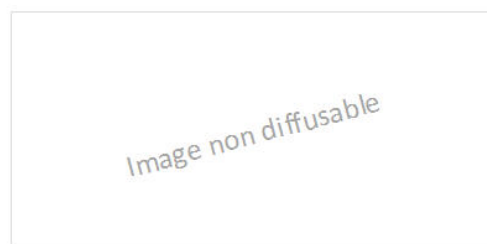


Illustration 11



### Le chien animé de chasse du jeu vidéo *Duck Hunt* (1985) sur console Nintendo NES

<sup>213</sup> *id.*, 2005, p. 18.

<sup>214</sup> Marc Bekoff, *Les émotions des animaux*, Paris, 2013; Alexandra Horowitz, *Dans la peau d'un chien*, Paris, 2011.

## 2. De l'éducation canine : du dialogue au dressage

Dans la bande dessinée, l'éducation canine se trouve humanisée avec une préférence pour le dialogue. Cette anthropomorphisation qui exclut un type de communication en phase avec celle du chien provoque des malentendus et conflits reproduits par les propriétaires de chiens vivants. Ce type d'éducation se montre inadapté au chien parce que centré sur l'humain :

Pour couronner un système éducatif plus que discutable, la BD se base sur une communication humaine entre le chien et son maître. La forme que prend l'éducation est alors celle des phrases, des démonstrations, des longs monologues, voire des dialogues ! Le chien comprend tout ce que lui explique son maître, cerne le message éducatif avec subtilité et parfois se défend, discourt et réfute. Nous sommes à l'opposé d'une éducation réelle basée sur des ordres mono- ou dissyllabiques répétitifs et précis. Avec de pareils a priori, à quoi peut-on s'attendre comme résultats ?<sup>215</sup>

Media de l'interaction, les jeux vidéo de simulation de vie d'animaux de compagnie s'éloignent du dialogue pour se rapprocher du dressage classique et légitime. Les ordres seront donnés aux chiens en appuyant sur un bouton, en parlant dans un microphone ou cliquant sur l'item. Il s'agit donc plus d'une simulation de dressage dans lequel le joueur actionne le chien. Il ne lui est pas demandé de parler mais d'agir directement sur l'animal virtuel. Le joueur se voit suppléé dans sa tâche par un mode d'emploi papier, le tutoriel intégré au jeu, les sites web et les magazines de jeu vidéo. Une des spécificités des jeux vidéo dans ce domaine est de tricher par l'utilisation de codes et manipulations qui font gagner en efficacité. Nous pourrions rajouter la consultation des forums en ligne, des blogs et le visionnement de vidéos sur Internet. De cette manière, la maîtrise du jeu vidéo est simplifiée. Le jeu vidéo serait-il plus en adéquation avec la réalité ?

La vision très caricaturale du chien relevée par le vétérinaire auteur de la thèse se retrouve également chez des chiens de ces simulations. En ce qui concerne l'alimentation, l'attrance des chiens de jeu vidéo pour les poubelles et pour les os s'observe lors des promenades avec son chien virtuel dans *Nintendogs* (2005). L'affection de Bill et Grimmy pour les détritres a donc été suivie par les chiens de pixels. En ce qui se rapporte à l'hygiène du corps, la visibilité de la malpropreté et la santé du chien se retrouvent dans les jeux vidéo.

---

<sup>215</sup> Christophe, 2005, p. 101.

On retrouve des codes communs. Ainsi, pour signaler au joueur la saleté d'un chien, des puces sautillent sur le dos des chiens virtuels du jeu *Nintendogs*. L'apparition d'une couleur sert de marqueur visuel qui a pour objectif de signaler au joueur l'urgence de l'interaction. Dans le jeu vidéo *Trente millions d'amis, mon refuge pour animaux* sur console Nintendo DS (2008), des taches vertes très prononcées marquent un changement intervenu chez l'animal et invitent le joueur à intervenir. L'animal est littéralement devenu vert. Cela signale au joueur de s'en occuper. Il faut préciser que la manifestation visuelle de l'état de l'animal virtuel peut être accompagnée d'une musique.

Tout d'abord le chien sent mauvais et si cela semble évident en réalité, la BD est tout sauf olfactive. Ainsi, l'auteur doit trouver les moyens visuels pour nous le faire « sentir » (fig. 74). Ces moyens variés (mouches, dessins de fragrances nauséabondes, description de la réaction des autres...) vont toujours dans le sens du défaut. Si le chien a une odeur, elle est souvent mauvaise (fig.75) et ne sent que ponctuellement. La majeure partie du temps, le chien est présent sans que personne ne note son odeur.<sup>216</sup>

Écrite dans le cadre du chien de la bande dessinée, il suffirait de remplacer le mot BD par le mot jeu vidéo pour s'apercevoir que l'écart réside dans l'objectif visé : le rire dans la lecture ou l'action dans le jeu vidéo, mais non dans la mise en forme. Contrairement à Bill et Grimmy, les chiens des jeux vidéo apprécient le bain ou y sont forcés. Il n'est pas de l'ordre de la narration et du registre de l'humour, il est une action à opérer sur l'animal à l'écran. Pas de farces, d'accessoires, de costumes et de refus du chien comme dans le neuvième art : « Le chien quant à lui détestant bien sûr ce bain et faisant tout pour l'éviter, rappelle parfois le comportement d'un petit garçon. Là encore, l'humanisation du chien est extrême : nous avons besoin d'un bain, donc lui aussi, et il y échappe comme le ferait un enfant ».<sup>217</sup> Le point de vue du chien de jeu vidéo, parce qu'il n'est pas un personnage mais un chien sur lequel le joueur opère, s'en retrouve moins justifié. Dans *Nintendogs*, l'humanisation consiste davantage à faire du bain ou de la douche une expérience que le chien savoure (illustration...). Enfin, le port de vêtements qui constitue une autre source scénaristique forte du neuvième art, est mise en scène dans de nombreux jeux vidéo d'animaux de compagnie : colliers, lunettes, chapeaux, casquettes, jupes, manteaux et chaussures habillent les animaux de pixels. Les jeux vidéo ne constituent pas une nouveauté puisque la

---

<sup>216</sup> *id.*, 2005, p. 54-55.

<sup>217</sup> *id.*, 2005, p. 55.

bande dessinée avait déjà utilisé le vêtement du chien dans ses scénarios, au même titre que le dessin animé.

Illustration 12



Illustration 13



La douche savonneuse du jeu vidéo *Nintendogs* (2005)

La corvée du bain, *Boule et Bill* (n°19), (1977)

### 3. De la relation entre le créateur et sa créature

Une première constatation s'impose. Bien qu'il intervienne dans une série comique, Bill n'est pas, comme Pif par exemple, un chien quelconque, une caricature improbable. C'est un animal de race, bien identifié, en l'occurrence un cocker. Le fait n'est pas très surprenant, puisque Roba s'est inspiré pour créer sa série d'un chien réel. Au milieu des années 1950, le dessinateur avait recueilli pendant deux semaines un cocker noir perdu. Il avait ensuite dû le rendre à ses propriétaires, mais avait développé une affection particulière pour cette race. Il avait donc acquis un cocker couleur feu, et avouera que c'est en regardant ce dernier « vautre dans son fauteuil » qu'il avait eu l'idée d'en faire un héros de BD.<sup>218</sup>

La question du modèle utilisé dans la création d'un animal fictif est récurrente et concerne les arts

---

<sup>218</sup> Baratay, 2012, p. 283.

graphiques. Nous prendrons le cas du chien Bill, parangon du chien de compagnie. Les influences médiatiques de Roba nous conduisent à penser que Bill est une pure création rattachée à un imaginaire. Roba a en effet été très influencé par la bande dessinée et l'art de Walt Disney. C'est ce qui explique son rejet de représentation réaliste. Roba posséda un chien. Ce chien l'influença à son tour. Le résultat est que le personnage de Bill est une création qui puise aussi bien son origine dans la culture médiatique du créateur, dans son rapport personnel à des individus chiens que dans le rattachement de ces mêmes individus chiens à leur race et leur présence à une époque donnée dans les sociétés. Au moment de la création de Bill, les cockers étaient une race appréciée en tant qu'animaux de compagnie affectueux par les populations urbaines.<sup>219</sup> Ainsi, Bill est un chien de compagnie réaliste au réalisme irréaliste ! La différence notoire qui sépare le chien de bande dessinée de celui de jeu vidéo est la traçabilité des origines : à la différence de la bande dessinée, le nom du créateur n'est pas présent sur le boîtier du jeu vidéo. Le lien entre le créateur et la créature est plus discret. Les chiens des jeux vidéo sont plus détachés des humains que dans la bande dessinée : le développeur et l'éditeur apparaissent en couverture, non la main créatrice.

---

<sup>219</sup> Delisle, 2012, p. 116.

## V. Conclusion : La bande dessinée, un art foncièrement animal

Que Cubitus aime les os et la lecture philosophique, que le cocker *Bill* manie ses oreilles à la façon de mains et que chez les Gaulois et leurs voisins belges le chien soit une idée fixe de la bande dessinée, n'explique pas en quoi cet art est foncièrement animal. C'est l'idée que nous soumet Harry Morgan, un théoricien majeur de la bande dessinée. Pour lui, le neuvième art est animaloïde : « Il n'y a donc pas de frontières animales en bande dessinée, de frontière nette entre humains, animaux, personnages féeriques, etc., ni même entre les animés et les inanimés : végétaux, robots, véhicules, jouets. Ce sont tous des animaloïdes, l'animal constituant une sorte de point mort de la définition du personnage ».<sup>220</sup>

Tout d'abord, il a répertorié et défini les animaux de bande dessinée en catégories : la catégorie des animaux anthropomorphes (catégorie dominante à classer « aborigène » ou « naturelle » des littératures animées), la catégorie des personnages animaux comparses des héros humains et enfin celle des animaux traités de façon réaliste (il ne définit pas vraiment cette catégorie). Ensuite, afin de souligner l'ambiguïté des frontières, il s'est basé sur les deux principes qui déterminent la totalité des êtres de la bande dessinée : le principe d'animation universelle et le principe d'unité de plan de composition. Alors que le premier principe explique que toute figure tend vers la vie, le deuxième « que tous les êtres possèdent les mêmes organes rangés de la même façon ».<sup>221</sup>

Dans ces conditions, le personnage animalier ne se laisse plus définir ni même séparer ou isoler des autres créatures et objets : les ailes en mouvement du casque d'Astérix qui indiquent son humeur sont assimilables à des oreilles, le costume de groom porté par tous les membres de la famille Spirou transforme cette profession en une espèce biologique. Les véhicules d'*Astroboy* d'Osamu Tezuka possèdent une truffe et des oreilles, etc. En résumé, l'animal devient le référent implicite de l'ensemble. Selon Harry Morgan, la bande dessinée n'est pas à comprendre comme l'œuvre unique de Walt Disney bien que l'influence du studio américain soit incontestable. En effet, nous savons que ce studio, en refusant les futurs maîtres de la bande dessinée franco-belge, sera l'origine de l'épanouissement de ces mêmes artistes en Belgique. La tension entre les États-

---

<sup>220</sup> Harry Morgan, « Animaux », extrait du dictionnaire esthétique et thématique de la bande dessinée, (non paginé) décembre 2012, sur : <http://neuviemeart.citebd.org/spip.php?article468>.

<sup>221</sup> Harry Morgan, « Animaux », idem.

Unis et l'Europe fut féconde.<sup>222</sup>

Sur le plan artistique et culturel, après l'association du texte et de l'image, la bande dessinée a symbolisé la victoire de l'image, de la couleur et du mouvement. Si la bande dessinée adulte représente un terrain de recherche conséquent, c'est principalement au sein des cases et des bulles de la jeunesse que les chiens de bandes dessinées ont émergé. D'un côté se trouvent les lecteurs qui plébiscitent ou non une œuvre et agissent même indirectement sur le déroulement des histoires. Ce sont les envois de lettres de jeunes lecteurs qui ont fait accéder l'anonyme Idéfix à un rôle de premier plan ! De l'autre côté, plus généralement et comme nous l'avons précisé dans le chapitre consacré à la littérature de jeunesse, la volonté des grands créateurs de considérer les adultes comme de grands enfants ou de vouloir atteindre un point commun secret associé à la joie et la pureté présent à tout âge est un fait. Ce programme fut l'intention et la trajectoire du visionnaire Walt Disney.<sup>223</sup> Ces années durant lesquelles les animaux parlent, s'amuse et participent aux aventures évoquent ce que nous nommerons « le plausible imaginaire ». Le corps, le langage et la fantaisie se libèrent des pesanteurs terrestres pour s'animer dans les cases. La bande dessinée, dans sa matérialité et sa fixité, nous donne accès à cette joie et cette pureté. Thierry Groensteen l'a souligné : « Et si, devenu lecteur ou lectrice adulte, nous savons bien qu'aucun album ne nous rendra les années perdues, nous n'en ressentons pas moins que la bande dessinée nous offre une possibilité de « renouer avec un être au monde perdu depuis l'enfance », de la réactiver. C'est ce que Benoît Peeters appelle la « mnémotechnie spécifique de la bande dessinée ».<sup>224</sup> La bande dessinée est une bulle d'air dans la case de la vie.

La bande dessinée peut exprimer tout ce que l'imagination lui offre. Cette liberté la rapproche du dessin animé et la distance du cinéma ou du théâtre : « Un canard qui parle, qui porte un chapeau et fume le cigare est plus facile à rendre en bande dessinée qu'au cinéma. On l'accepte plus

---

<sup>222</sup> En effet, Jijé, Morris et Franquin se rendirent à Hollywood en 1948 mais les studios Disney ne les ont pas recrutés. Leur but avoué était de faire du dessin animé et finalement, Franquin arrivera à en faire sur du dessin statique. Par la suite, le mouvement de Franquin, l'animation, sera un modèle suivi. De fait, pour Franquin, l'époque se partageait entre deux talents, entre deux blocs, Hergé (Europe) et Disney (États-Unis). Ces informations sont extraites du documentaire de Pascal Forneri, *Spirou, l'aventure humoristique*, 55 min, Arte, février 2013.

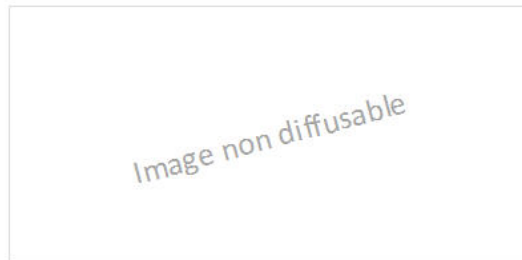
<sup>223</sup> Dans « Walt Disney (1901-1966) », émission radiophonique *Une vie, une œuvre*, 15.06.2013, 52 min, écoutée sur <http://www.franceculture.fr/emission-une-vie-une-oeuvre-walt-disney-1901-1966-2013-06-15> le 16.06.2013.

<sup>224</sup> Thierry Groensteen, « Enfance », extrait du dictionnaire esthétique et thématique de la bande dessinée, (non paginé) décembre 2012, sur : <http://neuviemeart.citebd.org/spip.php?article506>.



facilement »<sup>225</sup>. Les tensions entre les envolées de l’imaginaire et la pesanteur du monde réel se matérialisent dans le chien. Le mouvement entre les chiens fictifs et les chiens réels dans la création et la réception des œuvres en témoigne. En collaboration avec la SPA, le recueil *Boule et Bill Super Protectors des animaux* paru chez Dargaud en 2010 le confirme. Les vétérinaires ne sont pas les seuls à protéger les animaux, ils sont accompagnés par le chien de BD !

Illustration 14



L’album *Boule et Bill, Super Protectors des animaux* (2010)

---

<sup>225</sup> Janick Auberger, « Entre l’écrit et l’image, l’animal de fiction, un homme travesti ? », dans *Contre-jour*, n° 13, 2007, p. 133–151, ici p. 147-148.



## **Chapitre III**

### **Le dessin animé**

Parce qu'ils synthétisent deux modes d'expression de masse (les contes et les gravures), la bande dessinée à partir de la fin du XIXe siècle et les dessins animés depuis l'entre-deux-guerres reprennent le genre animalier et le porte à l'un de ses apogées. Les animaux humanisés sont multiples, qu'ils soient compagnons ou ennemis des hommes, de Milou aux compères de Sylvain et Sylvette, ou qu'ils les remplacent, comme Mickey ou Donald. Ils facilitent la description de caractères, la satire humaine ou sociale (*La Belle et le clochard* de Walt Disney), le moralisme. Le recours à une zoologie d'Épinal et à l'idée d'instinct impulsif permet de caricaturer les anatomies, les psychologies, les situations. Cela les rend compréhensibles aux enfants, qui aiment le modèle animal et amusantes aux adultes.<sup>226</sup>

Les produits destinés aux enfants, depuis les menus spéciaux des fast-foods jusqu'aux dessins animés du mercredi et du samedi matin sont de véritables ménageries. Comme on l'a vu, l'imagination des enfants – dans leurs rêves, leurs jeux, leurs histoires et leurs peurs – est déjà remplie d'animaux, notamment dans la prime enfance. Les médias répondent-ils à l'intérêt « naturel » des consommateurs involontaires, manipulés par un savant marketing ?<sup>227</sup>

---

<sup>226</sup> Éric Baratay, *Et l'Homme créa l'animal*, Paris, 2003, p. 247.

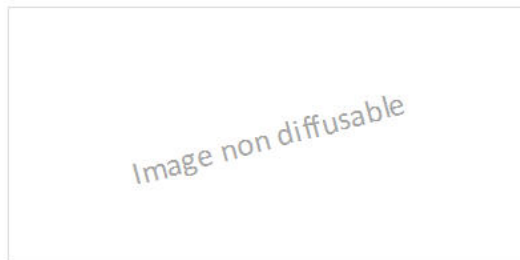
<sup>227</sup> Gail Melson, *Les animaux dans la vie des enfants*, Paris, 2009, p. 200.

## I. De l'obscurité des grottes de cinéma à la lumière des écrans plats du salon : les origines et les modernités des dessins animés et de l'animation

La France est le pays natal de l'animation, qui invente successivement le théâtre optique, le cinématographe et le tout premier dessin animé ! [...] Les dessins animés des origines sont des courts-métrages muets, où défilent 16 images par secondes. Le tout premier réalisé sur pellicule de cinéma, *Fantasmagories* d'Émile Cohl, est projeté à Paris le 17 août 1908. [...] De fait, la production des premiers films d'animation attachée aux territoires où s'est développé l'art de la bande dessinée : France, États-Unis et Japon.<sup>228</sup>

Après avoir introduit la littérature de jeunesse et la bande dessinée de jeunesse, le troisième bouleversement de la représentation du chien est l'invention du dessin animé et sa projection en salle. Après les contes et les gravures, le dessin animé, apparu peu après la bande dessinée, mit les images animales en mouvement pour le plus grand plaisir de tous. Le début du XXe siècle fut l'éclosion du dessin animé. Le début du XXIe siècle signe son apogée au sein de nos cultures de l'image. Attention, il est question de bien regarder devant soi !

### Illustration 1



Le dessin animé *Pif et Hercule* (1989)

---

<sup>228</sup> Jean-Samuel Kriegk et Jean-Jacques Launier, *Art ludique*, Paris, 2011, p. 20-21.

## 1. L'animation en France, aux États-Unis et au Japon

C'est en France, entre la fin du XIXe et le début du XXe siècle que le dessin animé fut inventé,<sup>229</sup> poursuivant ainsi la création du premier théâtre optique par Émile Reynaud en 1892 et l'invention du cinématographe des frères Lumière qui a rendu possible l'animation des dessins, d'abord sur papier puis sur celluloid. L'inventeur du dessin animé se nomme Émile Cohl (1857-1938), un caricaturiste reconnu qui suite à *Fantasmagories* de 1908 réalisera plus de trois cents films d'animation en France et aux États-Unis où il enseigna au sein d'un studio.<sup>230</sup> De nos jours, contrairement à la littérature de jeunesse et à la bande dessinée qui nous paraissent fortement rattachées au vieux continent, l'hégémonie de l'animation américaine et japonaise apparaît telle qu'il nous est délicat d'imaginer que le pays natal de l'animation est bien la France, c'est-à-dire selon la formule de Francis Lacassin « Quand *la vache qui rit* devançait *Félix le chat* et *Mickey la souris* ». Au côté du génie créateur d'Émile Cohl, le lecteur attentif l'a tout de suite compris, nous retrouvons Benjamin Rabier, « l'homme qui fait rire les animaux ». Leur travail en collaboration donnera vie à deux dessins animés que sont *Les aventures de Clémentine* sorti en salle en juin 1917 et *Les fiançailles de Flambeau* sorti en juillet de la même année. Malgré une entente courtoise entre les deux hommes et la solidarité affichée de Benjamin Rabier face à la mésentente entre René Navarre et Émile Cohl, ils se sépareront<sup>231</sup> En ce qui concerne Flambeau, d'autres dessins animés sortiront en salle faisant de ce chien un personnage canin phare des débuts du dessin animé, en plus de la bande dessinée<sup>232</sup>.

Ainsi, dans les faits, le dessin animé émerge avec le recours à la bande dessinée si bien que la ressemblance entre les premiers dessins animés et les bandes dessinées de l'époque n'est pas le fruit du hasard. Au commencement, les dessins animés sont majoritairement des adaptations. Ici, nous précisons que le premier artiste à adapter une bande dessinée ne fut pas Émile Cohl en 1917 avec l'adaptation de la bande dessinée *Les aventures des Pieds Nickelés* (1908) de Louis Forton mais l'américain Windsor McCay (1867-1934) qui réalisa dès 1912 une animation de *Little*

---

<sup>229</sup> Cette origine est discutée. Des précautions doivent être prises : différentes revendications nationales se disputent l'invention et proposent plusieurs prétendants.

<sup>230</sup> *Id.*, 2011, p. 21.

<sup>231</sup> Francis Lacassin, « Quand 'la Vache qui rit' devançait 'Félix le chat' et 'Mickey la souris' », dans *1895. Mille huit cent quatre-vingt-quinze*, n° 53, 2007, p. 210–225.

<sup>232</sup> Voir le site web dédié à l'artiste [www.benjaminrabier.com](http://www.benjaminrabier.com). Consulté à plusieurs reprises en juin 2015.

*Némo*. De fait, ce sont bien certains auteurs de bande dessinée qui « bricolèrent » une nouvelle technique d'animation. L'aspect technique fut décisif ainsi que la visibilité de la réalisation : dans ces prémisses, la main créatrice humaine apparaissait parfois à l'écran.<sup>233</sup> Comme l'appuie Pascal Vimenet, le dialogue entre ces deux arts les fonde et les alimente.

« Bande dessinée » et « cinéma d'animation » se croisent, convergent et divergent depuis longtemps, au moins depuis la naissance de ces deux termes dans les années 1950 ou sous des intitulés qui leur correspondent en partie. Plus spécifiquement, la définition du cinéma d'animation renvoie à un processus de composition de mouvement visuel dépendant d'une succession de phases calculées antérieurement à sa réalisation et à son enregistrement image par image. Ce procédé, qui repose sur un incessant aller-retour entre fixité et cinétisme, à la base de tout le principe cinématographique, explique son obligatoire dialogue avec la bande dessinée, dont la fixité est le critère commun.<sup>234</sup>

Ce rattachement technique et artistique est historique. En plus de fonder le rattachement du dessin animé aux cultures de la bande dessinée que sont l'Europe, les États-Unis et le Japon, il nous permet de surcroît d'identifier les spécificités et recoupements du côté de l'animation cette fois-ci. En Europe, en France plus précisément, contrairement à ce que laisse présager le travail d'Émile Cohl et de Benjamin Rabier et en rapport à ce qui vient d'être souligné, l'animation n'est pas à comprendre comme étant l'œuvre unique d'artistes de bandes dessinées. Cette participation au mouvement de création n'englobe pas la totalité des créateurs et créatrices. Le dessin animé ne constitue pas une simple continuité.

En France, l'une des caractéristiques est le primat du lien entre l'auteur et son œuvre : le dessin animé apparaît sous les traits d'une création originale qui est rattachée à un nom propre ou à nom d'artiste. Vivants ou morts, des maîtres appartiennent à la postérité du media et constituent un panthéon du dessin animé : Paul Grimault avec *Le Roi et l'oiseau* (1980), René Laloux avec entre autre *La Planète sauvage* (1973) et *Les Maîtres du temps* (1981) ou Michel Ocelot avec *Kirikou et les bêtes sauvages* (2005) et ses suites. Du côté des nouvelles générations d'artistes, sont à nommer Sylvain Chomet avec *Les triplettes de Belleville* (2003) et *l'Illusionniste* (2010) ou Jacques-Rémy Girard avec *La prophétie des grenouilles* (2001) et *Mia et le Migou* (2008).

À côté de ces créations originales qui constituent au final le panthéon cinématographique (longs

---

<sup>233</sup> Plus récemment, ce procédé a été repris dans LA LINEA (Italie, 1972).

<sup>234</sup> Pascal Vimenet, *animation cinéma [d']*, avril 2013, sur : <http://neuviemeart.citebd.org/spip.php?article613>.

métrages) du dessin animé, c'est-à-dire un ensemble d'œuvres dont la qualité artistique et scénaristique est reconnue par les adultes – la remise d'un prix à un festival ou en constitue une concrétisation –, des œuvres et productions moins légitimes existent. Ce sont là principalement des dessins animés destinés à la télévision et sûrement le dessin animé est-il jugé différemment selon la qualité de son écran, selon qu'il est de cinéma ou cathodique. Pour le chercheur, la légitimité de la reconnaissance d'une œuvre est centrale dans l'analyse. Elle constitue un enjeu : elle pose la question de la censure d'une part, et celle du fossé parfois infranchissable existant entre l'appréciation et l'engouement des enfants et l'incompréhension, le déni ou l'indifférence des adultes d'autre part. Le plébiscite et la reconnaissance d'un dessin animé peut unir et désunir, nous reviendrons ultérieurement sur ce point. En France, parallèlement à ces « dessins animés de pointe », le lien entre le dessin animé et la bande dessinée se manifeste par la présence des bulles franco-belges au sein de l'animation.

Du côté de la bande dessinée franco-belge, les séries populaires telles qu'*Astérix*, *Les aventures de Tintin* ou *Lucky Luke* possèdent une ou plusieurs versions dessins animés. À ce titre, il est utile de préciser qu'une des premières réalisations de Michel Ocelot fut bien l'adaptation dans la fin des années 1970 d'une œuvre de Benjamin Rabier : *les aventures de Gédéon* ! Alors que le jeu vidéo est assez peu représentatif de la bande dessinée franco-belge, l'art du dessin animé y puise abondamment. C'est un réservoir. Si certaines de ces séries ont un format longue durée – c'est l'exemple des divers longs métrages télévisés *Astérix* ou de *Corto Maltese, la cour secrète des arcanes* (2002) – la majorité des séries se constitue d'épisodes ne dépassant pas une durée de 25 minutes. Voici une liste d'adaptations de séries franco-belges par ordre chronologique d'année de production : *Boule et Bill* (Belgique, 1975, 26 épisodes) et (Canada/France, 2004, 104 épisodes), *Cubitus* (Japon/Benelux, 1988-89, 104 épisodes), *Pif et Hercule* (France, 1989, 130 épisodes), *Les aventures de Tintin* (France/Canada, 1991, 39 épisodes), *Spirou* (France, 1992, 52 épisodes) et (France/Belgique, 2006, 26 épisodes), *Achille Talon* (France, 1996-1997, 52 épisodes), *Rantanplan* (France, 2006, 75 épisodes), *Gaston* (France, 2009, 78 épisodes) ou encore le génie *Léonard* (France, 2009, 78 épisodes)<sup>235</sup>. Nous nous centrerons sur deux d'entre elles : *Boule et Bill* et *Rantanplan*. Deux versions dessins animés de *Boule et Bill* existent. La première version a

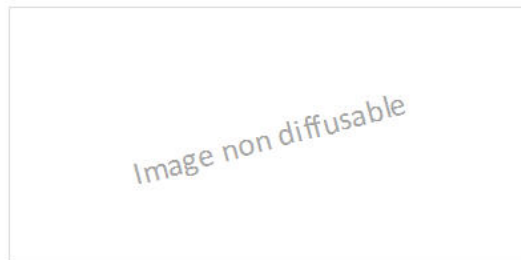
---

<sup>235</sup> Ces informations reprennent les données du site web [www.planètejeunesse.com](http://www.planètejeunesse.com) qui recense et classe les dessins animés en fiches. Plus de 2500 fiches sont disponibles. Consulté en mai et juin 2015.



été produite par TV Dupuis, la deuxième par Dargaud Marina, Bel Ombre Films, Teletoon, TPS et Toocan. Nous remarquons que le nom des producteurs (TV Dupuis, Dargaud Marina) nous dévoile l'autre composante directe du lien entre bande dessinée et dessin animé au niveau de sa production : les grandes maisons d'éditions de bande dessinée possèdent un secteur audiovisuel. En ce qui concerne l'élasticité du rapport à l'œuvre d'origine, car il marque un détachement plus net vis-à-vis de la bande dessinée de Roba de par la modernisation du graphisme ou la volonté de cibler le jeune public, la version de 2004 montre que le dessin animé est une réappropriation.

### Illustration 2



Le dessin animé *Boule et Bill* (2004)

Du côté du chien *Rantanplan*, c'est tout d'abord l'année de production (2006) qui provoque l'étonnement. Alors que Rantanplan est apparu en 1962 au sein de la série Lucky Luke, c'est en 1987 qu'une série de bande dessinée propre fut créée, soit vingt-cinq ans après sa création. Cet étirement dans le temps d'une carrière médiatique n'est pas unique et nous révèle la carrière d'un personnage. Créé par Morris et Goscinny comme un Anti-Rintintin, ce chien de bande dessinée était censé incarner le contraire du chien héros de télévision. En 1962, la genèse de Rantanplan se fonde donc sur le renversement du modèle canin télévisuel de bravoure et d'intelligence incarné

par l'extraordinaire Rintintin. Avec la création de sa série propre en 1987, Rantanplan se transformera progressivement en une caricature, en un clown – ce dont le format de bande dessinée rend compte ainsi que la morphologie monstrueuse du corps du chien – avant que le dessin animé s'en empare.<sup>236</sup> Rantanplan est une création de bande dessinée inspirée de la télévision et reprise par le dessin animé (film d'animation). La bande dessinée est un terreau du dessin animé qui possède ses sources et inspirations. Au regard de la création de Rantanplan et de l'incompétence de Bill, Rintintin semble hanter les chiens de BD et de dessin animé !

Réduire cette inspiration à la bande dessinée franco-belge serait une erreur. Des personnages animaux provenant des bandes dessinées des États-Unis ont également été adaptés. Du côté des chats, nous citerons le paresseux *Garfield* (et son comparse le chien Odie) de Jim Davis qui possède de nombreuses séries d'animation et dans une moindre mesure quantitative, *Fritz the Cat* de Robert Crumb. Du côté des chiens, les plus importants sont *Grimmy* de Mike Peters – le pendant canin jaune de Garfield – et *Snoopy* de Charles M.Schulz qui possède une actualité chargée avec une nouvelle série animée de mini-épisodes en 2014 et un long métrage animé en 2015. Ensuite, en réponse à Rantanplan et à la prise en compte pour notre recherche des supers héros centraux dans la culture américaine,<sup>237</sup> il serait dommage d'omettre le chien *Krypto, The Superdog*, produit par la Warner Bros en 2005 (39 épisodes) diffusée la même année en France. Anciennement chien de Superman, Krypto qui fut également expédié dans l'espace par le père du super héros se retrouve seul. Une fois sur terre, remarquant ses pouvoirs démesurés, il se mit au service du bien et coopéra avec *La patrouille des chiens* composée de plusieurs races canines afin de combattre Maléficat, le méchant chat cybernétique ! Krypto est apparu en 1955 chez DC Comics dans les comics, soit cinquante ans avant la création du dessin animé. Le générique du dessin animé met en scène cette origine. On y voit en effet évoluer le super chien au gré des cases d'un Comic. Sa diffusion dans l'émission télévisée *Scooby-gang* – un chien de dessin animé est diffusé dans l'émission télé d'un autre chien de dessin animé ! – démontre que le jeune public est désormais visé et non plus les adolescents du Comic. Ce passage a plusieurs conséquences sur le chien: Krypto est désormais doté de la parole ; il est associé à un jeune garçon ; il évolue dans un

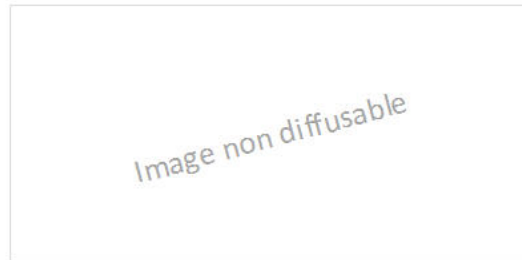
---

<sup>236</sup> Philippe Delisle, « Rantanplan, comparse devenue 'gagdog' en chef », dans Éric Baratay et Philippe Delisle (éd.), *Milou, Idéfix et Cie. Le chien en BD*, Paris, 2012, p. 181–197.

<sup>237</sup> Le documentaire audiovisuel (3 parties), *Super-héros, l'éternel combat*, USA/FR, 180 min, 2013.

univers plus restreint que les super héros avec des enjeux de moindre importance ; il évolue physiquement. Quant aux titres des épisodes du dessin animé, ils déploient un univers de The Superdog Krypto partagé entre l'histoire des chiens dans nos sociétés modernes (*Rencontre avec les chiens de chasse ; Chiens de cirque*), les associations et formulations populaires habituelles associées au quotidien du chien (les épisodes *Sacré Nonosse ; Y'a un os ; Une journée de chien*) et les aventures plus extraordinaires (les épisodes *Batchien et Robin ; Le croc de Croc-Blanc ; L'âge des dinosaures ; Voyage au pays des contes de fées ; Le chat invisible*). La consultation des titres démontre la nécessité pour le chercheur de visualiser la totalité des séries afin d'en analyser le contenu réel, le titre de la série pouvant laisser présager un contenu qui ne correspond pas à la réalité multiple de la production. Les univers se croisent, à l'instar des médias si bien que Krypto apparaît en tant que personnage maniable dans le jeu vidéo *Lego Batman 3: au-delà de Gotham* (Playstation 4, 2014). Le super-chien se manifeste dans des univers parallèles : comic, animation, jeu vidéo.

### Illustration 3



Krypto, le super-chien héros du dessin animé éponyme (2005)

Aux États-Unis, pays d'accueil du chien de Superman et au Pays du soleil levant, le lien entre la bande dessinée et le dessin animé est plus inextricable qu'en France. Nous commencerons par les États-Unis, où, après le pionnier Windsor McCay mentionné plus haut, la personne la plus illustre

et novatrice du dessin animé est bien évidemment Walt Disney (1901-1966) dont l'impact sur l'art de l'animation est sans commune mesure : « Walt Disney est l'un des très rares créateurs du XXe siècle à avoir littéralement imaginé une nouvelle forme d'art. Inventeur d'une nouvelle économie des industries culturelles, il est un référent et un modèle pour tous les réalisateurs de films d'animation et pour tous les studios de cinéma.»<sup>238</sup>

Tenter d'approcher l'histoire de l'animation aux États-Unis contraint le chercheur à se consacrer à la vie et l'œuvre de Walt Disney.<sup>239</sup> Individu hors-norme, adulé par les uns et détesté par les autres, la vision et l'opiniâtreté de Walt Disney auront raison des quelques revers – notamment l'épisode malheureux de son premier personnage à succès le Lapin Oswald et la grève syndicale de 1941 – et des inquiétudes aussi bien financières qu'artistiques de ses débuts. Les objectifs démesurés étaient à l'image de son ambition et de ses prises de position. Rapidement, associé à son frère, Walt Disney, dans une effervescence créatrice, va bâtir un studio placé au centre de la créativité et de la production de dessins animés. Issues de ce véritable laboratoire artistique, des œuvres avaient pour objectif d'atteindre un réalisme du mouvement parfait, c'est-à-dire sa reproduction. C'est ce qui a justifié la présence d'animaux vivants et d'êtres humains (ex: une danseuse) dans les studios afin de les étudier en détail. De la même manière, Walt Disney a rapidement imposé l'animation comme un art capable de créer plusieurs émotions, le rire mais également la peur et l'angoisse. Avec le premier long métrage d'animation, l'anecdote retiendra que certains enfants ont uriné de peur sur les fauteuils du cinéma à la vue de la scène de la forêt. Avec *Bambi* sorti en salle en 1942, c'est la mort de la mère du héros qui marqua les spectateurs par son intensité.

Avant de devenir l'empire actuel tentaculaire qui englobe aussi bien le monde des super-héros (acquisition de *Marvel*) que le mythe *La guerre des étoiles* (acquisition de *Lucasfilm* pour un montant de quatre milliards de dollars !<sup>240</sup>), Disney fut avant tout la mise en réalité des visions ambitieuses, intransigeantes et fécondes de Walt Disney sur l'animation et l'art. À l'image de son créateur, l'entreprise Disney est un incubateur. Il n'est nullement exagéré d'affirmer que Walt

---

<sup>238</sup> Kriegk et Launier, 2011, p. 47.

<sup>239</sup> L'émission radiophonique *Une vie, une œuvre*, « Walt Disney (1901-1966) » France culture, le 15.06.2013, 58 min ; le documentaire audiovisuel *Walt Disney* (USA/France, 180 min, 2015) diffusé sur Arte en janvier 2016.

<sup>240</sup> Keren Lentschner, « Disney, maître des plus puissantes licences de l'Entertainment », dans *Le Figaro*, t. 2015, 15.12.2015.

Disney a véritablement émancipé l'animation. En astronomie, Disney serait comparable au soleil du système solaire de l'animation du XXe siècle. Afin de brièvement introduire l'art Disney, il nous faut en premier lieu relever les faits suivants. Tout d'abord, la place centrale tenue par l'innovation, et ce, dès les débuts de studios : le premier dessin animé sonorisé avec *Steamboat Willie* (1928), le premier dessin animé en couleurs (1932) et le premier long-métrage animé (1937) sont à mettre à son compte. En tant que laboratoire de création, les studios Disney ont amélioré les techniques dans un objectif de perfection. Ensuite, nous soulignons la présence de Disney dans un grand nombre de medias tels que le cinéma, la bande dessinée, la radio ou la télévision. Dès 1930, une version bande dessinée des personnages est mise sur le marché. Un an auparavant, la société Walt Disney Entreprises qui avait pour but de gérer les produits dérivés des dessins animés était également créée, ce qui montre que suite au conflit entre Walt Disney et le studio Universal – le différent sur les coûts de production du personnage à succès *Oswald le lapin chanceux* – Walt Disney avait opté pour la prudence et décida de maîtriser aussi bien la production que la distribution de ces œuvres. Pour finir, dans le but d'atténuer la véhémence anti-américaine que l'on prête à Walt Disney, préciser l'héritage artistique européen des œuvres s'avère nécessaire. Nous savons par exemple que Walt Disney, lors de ces venues en Europe, s'est constitué une bibliothèque de livres d'art que son studio mettra à disposition des artistes. De plus, cet héritage ne se limite pas au dessin animé, il structure aussi les parcs à thèmes :

Les gravures de Gustave Doré, les illustrations de Benjamin Rabier, les peintures de Bruegel, Rembrandt ou de Gustave Moreau sont autant de sources d'inspiration proclamées. Le zoomorphisme que l'on retrouve dans de nombreux films Disney s'inspire par exemple du travail de caricaturistes français comme Honoré Daumier. Lorsque l'architecture du parc Disneyland est commandée par Walt Disney à des architectes de renom, il leur demande de se référer à l'architecture des châteaux de Louis II de Bavière et au travail de l'architecte français Viollet-le-Duc.<sup>241</sup>

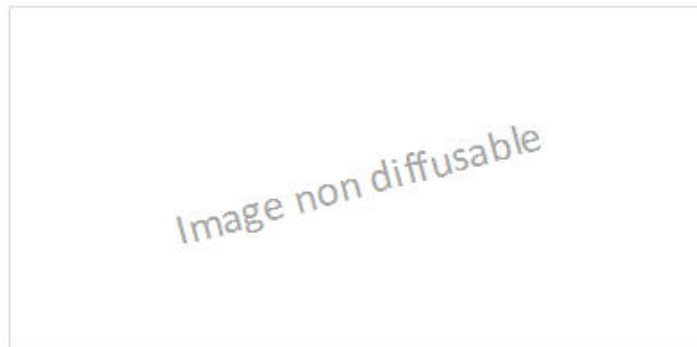
En outre, la suprématie de l'art Disney aux États-Unis est telle qu'elle apparaît être une étape indispensable à une carrière dans ce domaine. C'est de l'art Disney qu'émergent la plupart des maîtres de l'animation, que ces derniers y demeurent ou s'en séparent. Les actuels concurrents des studios Disney y ont travaillé et s'y sont formés. C'est le cas des grands noms tels que Don Bluth, le réalisateur de *Fiével et le nouveau monde* (1986) ; John Lasseter, le directeur artistique

---

<sup>241</sup> Kriegk et Launier, 2011, p. 45-46.

de Pixar retourné entre temps chez Disney ; Jeffrey Katzenberg, un des créateurs des studios américains DreamWorks Animation en 1994 ; Brad Bird, le réalisateur de la série de la Fox *Les Simpsons* et des films d'animation *Ratatouille* et *Les indestructibles* (Pixar) ou encore le plus célèbre, à savoir Tim Burton, devenu le revers de Disney.<sup>242</sup> À cela, il faut ajouter l'influence de Disney sur les autres formes d'arts. Pour prendre un unique exemple du côté du neuvième art, l'auteur Juango Guarnido de la série de bande dessinée *Blacksad* publiée chez Dargaud fut au préalable animateur chez Disney au studio de Montreuil. Avant de se consacrer aux enquêtes du solitaire chat détective à l'atmosphère si pénétrante, l'artiste a travaillé pour une souris !

Illustration 4



Le réalisateur des Simpsons a travaillé pour Disney. Bart Simpsons et son lévrier greyhound.

À l'anti-américanisme qui vise Disney, peut-être serait-il pertinent de parler d'anti-japonisme. En effet, après la fin de la seconde guerre mondiale et la restructuration du Japon par les États-Unis, la relation entre l'américaine Disney et le Japon s'est établie. Alors que dans un premier temps c'est l'entreprise Disney qui a fortement influencé le Japon et ses arts – un point sur lequel nous reviendrons ultérieurement dans notre chapitre consacré à Nintendo – Disney est entre temps devenu le distributeur du fameux Studio japonais Ghibli fondé en 1986, l'entreprise ayant par-là

---

<sup>242</sup> Mathieu-Alexandre Jacques, « L'énonciation de l'interdit Ou comment Tim Burton a dynamité de l'intérieur les formations imaginaires », dans Charles Perraton, Étienne Paquette et Pierre Barrette (éd.), *Un monde merveilleux. Dispositifs, hétérotopies et représentations chez Disney*, Montréal, 2004.

devancé la Warner et la Fox. Désormais, le sens de mouvement s'est inversé puisque c'est l'animé du Japon qui s'exporte. Hors Asie, c'est Disney qui distribue ces œuvres de renommée mondiale que sont *Mon voisin Totoro* (1988), *Princesse Mononoke* (1997)<sup>243</sup> ou *Le voyage de Chihiro* (2002).<sup>244</sup> Il est enfin utile de préciser que les versions européennes diffusées en Europe sont régulièrement tirées des versions américaines et non des versions japonaises comme ce fut le cas pour la série *Pokémon*. Cet aspect déterminé restructure le contenu narratif (la traduction) et la musique. L'œuvre est reconstruite.<sup>245</sup>

La situation du Japon nous intéresse au plus haut point puisqu'elle rend compte du lien fort et dans ce cas inextricable existant entre Manga (bande dessinée) et dessin animé, le deuxième étant une sorte de prolongement du premier. En résumé, les dessins animés prennent pour base des mangas puisqu'en théorie du moins, c'est l'ordre chronologique avec lequel les japonais(es) découvrent les œuvres, ce qui n'est pas le cas des publics américains et européens :

Les pays occidentaux commencent à diffuser massivement des séries japonaises dès la fin des années 1970, et davantage encore dans les années 1980, décennie où l'animé s'impose au Japon comme un élément majeur de la culture populaire (les séries les plus connues de l'époque sont *Goldorak*, *Candy*, *Albator* et un peu plus tard *Dragon Ball* et *Cobra*). Ces créations télévisées sont toutes dérivées de mangas japonais et arrivent paradoxalement en France plusieurs années avant la publication des bandes dessinées dont elles sont tirées. Cela crée une confusion auprès du public qui ignore le versant littéraire de cette culture japonaise, d'autant que les diffusions sont souvent tronquées par la censure occidentale, truffées d'erreurs de traduction et parfois programmées de façon fantaisiste.<sup>246</sup>

Cette incohérence et cette réappropriation a donc renversé l'ordre d'apparition, les œuvres étant dans un premier temps accessibles pour le public non japonais sous leur forme de dessin animé. La prudence étant de mise, il est possible de relativiser l'impact du renversement : d'une part, parce que le public a eu accès aux mangas (en version française ou japonaise), d'autre part parce que des copies pirates (en japonais) ont circulé, enfin parce que parallèlement aux mangas et dessins animés coexistent d'autres moyens d'accès à une œuvre tels qu'un album de vignettes

---

<sup>243</sup> En Europe, le succès mitigé de *Princesse Mononoke* s'explique par une erreur de distribution. En Europe, il a été catégorisé comme destiné aux enfants, ce qui constitue une énorme erreur de compréhension de l'œuvre.

<sup>244</sup> Le site web francophone très détaillé dédié au Studio Ghibli est [www.BUTA-connection.net](http://www.BUTA-connection.net).

<sup>245</sup> Katsuno Hirofumi et Jeffrey Maret, « La localisation de la série télé *Pokémon* pour le marché américain », dans Joseph Tobin (éd.), *La grande aventure de Pikachu. Grandeur et décadence du phénomène Pokémon*, Toulouse, 2013, p. 123–158.

<sup>246</sup> Kriegk et Launier, 2011, p. 58.

autocollantes Panini, un jeu de cartes, un jouet ou encore un jeu vidéo.

En ce début de XXI<sup>e</sup> siècle, l'animation du Japon est clairement reconnue comme la matrice mondiale. Le Japon est reconnu comme étant le pays de la culture du jeu vidéo et de l'animation. À l'instar de Disney qui forma les plus grands noms de l'animation, c'est le Toei Doga fondée dans les années 1960 – le département animation de la Toei – qui au début, regroupa les futurs grands noms de l'animation japonaise que sont Isao Takahata, Hayao Miyazaki, Rintaro et Osamu Tezuka avant que ces artistes ne créent leurs propres studios d'animation. L'autre élément décisif est l'écart important de qualité dans le dessin et la technique qui séparent les dessins animés destinés à la télévision jugés médiocres à ceux qui sont destinés au cinéma, jugés de qualité supérieure, une hypothèse que nous avons émise. À ce point de l'analyse, il serait fâcheux d'omettre l'ensemble des œuvres de co-productions entre la France, les États-Unis, le Japon et l'Espagne et toutes celles, moins connues ou encore inconnues qui mettent en scène des chiens (et des loups) et des chats dans les animations japonaises.

Au Japon, le grand acteur du pacte entre le manga et la télévision du début des années 1960 fut Ozamu Tezuka, un artiste hors-norme attelé au manga et à l'animation. En réduisant le coût de production de sa série phare *Astro boy* (*Astro le petit robot* en français), notamment en reprenant les techniques d'« épargne » du studio Hanna-Barbera aux États-Unis permettant de limiter les frais par le biais d'astuces et en mettant en place un sponsoring agressif très efficace, Ozamu Tezuka créa une structure commerciale de production et de promotion qui servira de modèle. Elle aboutira à un déferlement d'animation sur les écrans de télévision japonais : « Pour comprendre l'importance de Tezuka au Japon, il faut donc l'envisager à la fois comme l'équivalent d'un Walt Disney et d'un Hergé en une seule personne. Tezuka est l'auteur qui fait du manga un art, et celui grâce à qui manga et animé sont devenus deux industries majeures au Japon »<sup>247</sup>.

---

<sup>247</sup> *Id.*, 2011, p. 56.



## 2. Géographie du DVD : l'ère numérique et japonaise

L'histoire culturelle des dessins animés, nous l'avons constaté, pose la question de sa projection et sa diffusion. Alors qu'il a débuté sur un écran projeté dans les salles de cinéma, sa consommation s'est déplacée vers la sphère domestique. Aujourd'hui, le dessin animé se regarde via un écran de télévision. Et puis, avec l'invention de la VHS et du DVD, ce plaisir s'est vu maîtrisé. Nous commencerons par traiter le support actuel principal du dessin animé, le DVD. Dans le cadre de cette recherche, c'est principalement l'emprunt de DVD à la bibliothèque municipale qui nous a donné accès aux sources, et dans une moindre mesure l'achat à des prix dérisoires de cassettes vidéo d'occasion (VHS) ainsi que les vidéos de sites internet. Jusqu'à présent, le contenu des productions fut privilégié. Or, pour affiner la compréhension d'un dessin animé, d'un film d'animation ou d'un Animé, à l'instar de la bande dessinée, la prise en compte du media et du support matériel se révèle déterminante. Dans son étude des transformations opérées par le DVD, Ariane Beldi nous fournit de précieux éléments, notamment en ce qui a trait à la spécificité du DVD et son rôle dans la diffusion de la production japonaise.<sup>248</sup>

Apparu en 1996 et implanté après seulement quatre ans, le DVD est l'une des technologies de livraison adoptée le plus rapidement dans l'histoire de l'édition. Car il est un support numérique, le dessin animé rejoint la littérature et la bande dessinée sur la voie de la numérisation. Avec une interface de type internet, la présence de bonus/extras et les nouvelles options (ex : choix de la langue, sous-titres), le DVD représente plus que le simple prolongement de la cassette vidéo. Le DVD, en plus de proposer une qualité meilleure de sons et d'images est compatible avec plusieurs appareils domestiques (lecteur DVD, ordinateur) dont les consoles de jeu vidéo. Enfin, l'autre nouveauté est sa capacité de stockage qui est beaucoup plus élevée.

Participant pleinement au transmedia, le DVD se rattache à l'évolution médiatique moderne et Ariane Beldi le replace dans son contexte. Les medias sont liés par une concurrence et ce que l'on pourrait qualifier de « dialogue ». En voici les manifestations : la télévision reprit à son compte l'évolution de l'industrie de la radio avec un tel impact que les contenus radiophoniques

---

<sup>248</sup> Ariane Beldi, *Le DVD et la transformation des séries TV en œuvres* [Le cas de la réception des séries TV d'animation japonaise en Europe], Thèse, 2013.

furent accaparés par la télévision alors en constitution (musique, talk-shows, News). Le cinéma, face à la concurrence avec le Music-hall, introduira à son tour le son et la musique. Par la suite, il influencera la télévision avant d'être à son tour modifié en profondeur. En effet, les films projetés en salle qui se destinaient uniquement au cinéma furent progressivement rendus compatibles à une diffusion télévisée future. Cette coévolution s'est notamment concrétisée par la modification du cadrage – il a été resserré –, ce qui donne des sueurs froides aux cinéphiles puristes. De nos jours, si la projection en salle demeure un évènement, elle ne représente plus qu'une étape du parcours d'un film. En même temps, avec la diffusion rapide du *home cinéma* dans les foyers (l'écran carré du début est devenu rectangulaire et plat), la télévision nous amène à vivre une expérience proche du cinéma à la maison. Parallèlement, l'émergence à grande échelle des ordinateurs, de l'Internet et de la téléphonie mobile aboutirent à des combinaisons inédites et des restructurations industrielles. L'ère du téléchargement légal et illégal, et celui des détournements des productions originelles avait commencé avant de prendre l'ampleur actuelle de production et circulation des fichiers. En résumé, les échanges se montrent complexes et durables. Aujourd'hui, pour en revenir au visionnage, les possibilités offertes sont multiples. L'évolution de la télévision rend compte à elle seule de l'inédit de la situation :

Le poste de télévision, qui est passé de l'état de cube, plus ou moins grand, encombrant en profondeur, à celui de plaque rectangulaire toujours plus fine, requérant désormais de plus en plus d'espace latéral, se réduit de plus en plus à l'état de simple terminal de réception et d'affichage de contenus issus de diverses sources qui lui parviennent grâce à diverses technologies de distribution et de livraison. Lorsqu'il est suspendu au mur, on dirait véritablement un vitrail donnant sur d'autres lieux dans le monde ou même dans d'autres univers. Il peut servir aussi bien à regarder les chaînes de télévision, qu'elles soient diffusées par le câble ou par le satellite, en analogique ou numérique, ou qu'elles soient stockées sur des serveurs (IPTV), que des films téléchargés sur Internet, lancés depuis un caméscope numérique ou lus par un lecteur électronique (DVD ou disque dur), qu'à jouer à des jeux vidéo ou à surfer sur le web. À ce niveau, on peut même parler de *home digital Entertainment* ou de divertissement domestique numérique.<sup>249</sup>

En s'appuyant sur l'histoire des medias, Ariane Beldi a été dans la capacité de montrer en quoi l'oscillation entre le collectif et le personnel de la pratique est fondateur. Alors que pour les Frères Lumière, le kinétographe était pensé et construit pour tendre vers le collectif (appareil et visionnage) – il était un spectacle de foire – le kinétoscope d'Edison était individuel. Il s'agissait

---

<sup>249</sup> *Id.*, 2013, p. 86.

d'une borne contre laquelle il fallait poser l'œil. Ainsi, cette opposition entre le collectif et l'individuel que l'on établit entre le cinéma et la télévision (et le DVD) n'est nullement récente. Elle se situe à sa fondation.

Les appareils techniques sont multitâches et avec l'apparition de la VHS, la prise de contrôle des spectateurs sur la télévision a été rendue possible. Pour ne prendre qu'un seul exemple, la VHS a permis de se libérer de l'ordre de programmation fixée par les chaînes de télévision par la possibilité d'enregistrement. L'absence du téléspectateur au rendez-vous horaire fixé pouvait dès lors être compensée par l'enregistrement sur cassette du programme. Sur ce point, nous ajoutons que la présence possible de télévision dans la chambre d'enfants augmente le degré de face à face entre l'enfant et son poste. En ce qui concerne la prise de contrôle et la manipulation du pouvoir en place (État, entreprise) sur les individus utilisateurs, auditeurs et spectateurs, la littérature d'anticipation rend compte que la radio, le cinéma et la télévision du livre *The Brave new World* d'Aldous Huxley (1933) ont été remplacés en l'espace de deux décennies seulement par l'écran domestique du livre *Fahrenheit 451* de Ray Bradbury adapté au cinéma en 1966 par François Truffaut. Comment ne pas citer ici la soumission à l'image par la torture dans le système pénitentiaire que figurent les techniques de reconditionnement psychique mises en scène dans le film *Orange mécanique* (1971) de Stanley Kubrick, lui-même adapté du roman d'anticipation d'Anthony Burgess (1962). L'interdiction pour le prisonnier de fermer ses yeux par le maintien des paupières qui a pour objectif de le rééduquer par le flot continu d'images en mouvement était une critique ferme adressée au béhaviorisme. Plus généralement, la question de savoir par qui l'expérience est contrôlée confronte encore les études de réception qui nuancent la passivité annoncée des auditeurs et téléspectateurs aux études qui établissent une critique des medias.

Dans le cadre de notre étude, l'essentiel tient surtout à montrer qu'après la deuxième guerre mondiale, la radio et la télévision qui au départ ciblaient les femmes au foyer, ont recherché et capté les enfants, et ce de manière de plus en plus différée dans le temps. Aujourd'hui, ce sont d'une part les enfants qui regardent les programmes télévisés et consomment leurs supports (VHS, DVD) et d'autre part ces mêmes enfants entre-temps devenus adultes qui réactualisent et pérennisent ces cultures par l'animation d'un site web amateur ou professionnel sur Internet, par la création d'un journal ou d'une entreprise centrés sur une génération ou culture, par l'achat,

l'emprunt ou le téléchargement de DVD, par la mise en ligne des contenus que l'on remanie (traductions, détournement), par l'organisation et la participation aux manifestations collectives (salons, expositions, concerts) ou encore par l'écriture d'une thèse universitaire !

Ariane Beldi insiste sur cette centralité de l'effet générationnel. Ces enfants des générations précédentes, une fois devenus grands et clients potentiels, sont à leur tour ciblés par l'industrie des loisirs. Le site web de la FNAC le signale : « Il ressort de son organisation l'impression que la FNAC vise à la fois un public de trentenaires, ayant grandi avec les très controversés « dessins animés japonais » diffusés dans les émissions françaises des années 1980-1990 [...] et des publics plus récents, avec des séries actuelles »<sup>250</sup>. Ainsi, c'est la FNAC qui nous conduit à l'industrie japonaise du divertissement. Les enfants de France la connaissent bien même si ce sont les programmes états-uniens qui dominant l'offre, une juxtaposition qui émergea au XIXe siècle. En 1853, les Américains contraignirent les Japonais à rompre leur isolement de plus de deux siècles sous peine d'attaque militaire mais en réalité l'archipel possédait des comptoirs si bien que l'isolement n'a jamais été total. Dès le milieu du XVIIe siècle, l'existence de comptoirs permit à des marchands hollandais, chinois et coréens d'introduire des nouveautés d'Occident et d'Asie telles que des techniques artistiques, innovations mathématiques, astronomiques etc. Le XIXe siècle fut surtout celui de l'arrivée de machines optiques. Il est étonnant de constater la vigueur avec laquelle les Japonais se réapproprient les nouveautés introduites. De plus, nous savons que l'artisanat de l'estampe y était prospère dès le XVIIe siècle. En ce qui concerne l'animation japonaise qui nous intéresse plus particulièrement, les sources principales y sont la peinture et la bande dessinée. Les premières projections publiques de films d'animation datent de 1915-1920 et sont le fait d'artistes provenant de ces deux arts. Parallèlement, l'essor des films d'animation est à relier à l'industrie du manga, elle-même à ses débuts, et au dessin de presse. Au Japon, la synchronisation image-son s'opère à peu près au même moment que celle réalisée par Walt Disney !

Avec le renouveau économique des années 1960, les secteurs médiatiques se regroupèrent et formèrent une industrie puissante. En 1956, le plus grand studio, le Toei dôga (Toei animation) né de multiples fusions et acquisitions s'est constitué. La diffusion de la télévision au sein des foyers

---

<sup>250</sup> *Id.*, 2013, p. 236.

permettra à l'Anime (nom donné au dessin animé japonais) une croissance et un succès rapide. La figure centrale est Ozamu Tezuka nommé « le Dieu du manga ». Il fut celui qui assembla le manga, la télévision et l'animation. À l'instar de l'américain Walt Disney dont il était un admirateur, il rationalisa la production à l'extrême. Cible d'une critique française qui l'a jugée de piètre qualité, l'animation limitée japonaise s'explique par plusieurs facteurs. Ce « mouvement dans l'immobilité » est à rattacher aux exigences de production industrielle de masse, à l'organisation générale du travail japonais dans son ensemble et à une expérience d'enfance personnelle de Tezuka. Cette *animation limitée* est essentielle parce qu'elle se situe au centre de l'industrie dans laquelle la frontière entre la bande dessinée et le dessin animé est difficile à percevoir. Au Japon, le dessin animé est également étroitement lié au domaine des produits dérivés tels que les vignettes autocollantes, les jeux vidéo, la musique et bien sûr les jouets et figurines.

Au regard de la puissance de cette industrie et suite au déferlement de séries japonaises qu'a connu l'Europe de l'ouest dans le dernier quart du XXe siècle, il nous est aisé de penser cette exportation des productions japonaises comme la conséquence d'une politique agressive. Or, c'est davantage le contexte médiatique télévisuel européen qui justifie cette « colonisation » audiovisuelle. Avec la privatisation des chaînes de télévision lancée dans les années 1970 (France, Italie, Espagne), un espace disponible destiné aux enfants s'est constitué. C'est cette recherche de programme qui poussa les industriels européens et américains de l'audiovisuel à se fournir massivement en productions japonaises peu coûteuses. Le Japon s'internationalisait, ce qui justifia les collaborations et les reprises d'éléments de culture occidentale tels que les mythes, les légendes et quelques classiques de littérature (Sherlock Holmes, L'île au trésor, Tom Sawyer, Nils Holgerson, Le tour du monde en 80 jours). Sur la question de la réception, Ariane Beldi se basa sur les travaux de recherche de Marco Pellitteri (*The Dragon and the Dazzle : Models, Strategies and identities of Japanese Imagination – A European Perspective*, Latina, Tunue, 2010) qui propose un modèle explicatif de cette capacité des productions japonaises à s'exporter et à séduire des publics étrangers. Marco Pellitteri met au point ce qu'il nomme des « cadres culturels » qui définissent le degré de réappropriation par les Japonais des cultures étrangères dans les Anime qui ont circulé au sein de l'Europe : exoculturel, Mimeculturel, endoculturel,

Ipoculturel et neutroculturel.<sup>251</sup> Ces cadres culturels renvoient à une spécificité des productions japonaises (technologies, audio-visuel) qui est leur aspect *Mukokuseki*, c'est-à-dire l'absence d'une « odeur culturelle » identifiable. Quant aux transformations de ces Anime par les cultures réceptrices, cinq types d'adaptations ont été définis : philologique, passive, incongrue, la dépneumatisation, l'extraction/interpolation.

L'aspect hybride des créations japonaises n'empêchera pas les polémiques, alors que ce sont les chaînes de télévision d'Occident qui, parce qu'elles achetèrent en masse des contenus afin de remplir les grilles de programme télévisés et qu'elles les adaptèrent de manière très libre (la censure joue un rôle non négligeable), créèrent plusieurs malentendus, notamment chez les adultes. Le Japon était devenu un leader du dessin animé en Occident. Enfin, il nous faut une fois de plus insister sur la réalité des réappropriations culturelles : les Japonais ne sont pas les seuls à se réappropriier les cultures, nous l'avons traité précédemment, Walt Disney a lui aussi puisé du côté européen tout en restant lié à la culture américaine. À cela, l'intérêt des publics occidentaux et asiatiques pour les Anime et le manga japonais manifeste l'avènement d'une curiosité pour la culture japonaise dont les arts rendent compte. En effet, s'il est nécessaire d'explicitier l'aspect hybride des productions japonaises, il est tout aussi utile d'en montrer les spécificités culturelles, c'est-à-dire son ancrage dans la réalité : la forêt du long-métrage *Princesse Mononoké* (2007) d'Hayao Miyazaki attaquée par la civilisation en marche et défendue de l'action civilisatrice des humains par des sangliers et des loups, est une forêt de l'archipel qu'est l'île de Yakushima.<sup>252</sup> De même, l'urbanisation destructrice qui menace les chiens viverrins dans *Pompoko* (1994) correspond à celle de la capitale Tokyo de l'essor économique d'après-guerre ; le manga *Gen d'Hiroshima* (1972) de Keiji Nakazawa adapté plus tard en Anime par Masaki Mori explicite son expérience d'enfant du bombardement atomique. De manière plus implicite, le manga cyberpunk *GUNNM* de Kishiro Yukito publié aux débuts des années 1990, est possiblement interprétable comme une fable sur le Japon, notamment dans son rapport aux États-Unis et à l'ordre international d'après-guerre. Le spécialiste Jean-Marie Bouissou insiste sur la préciosité du manga et sur son unicité :

---

<sup>251</sup> *Id.*, 2013, p. 121-137.

<sup>252</sup> Mauricette Fournier, « La forêt de Princesse Mononoké d'Hayao Miyazaki. Une contribution poétique à la prise de conscience environnementale », dans Armelle Decaulne (éd.), *Arbres et dynamiques*, Clermont Ferrand, 2013, p. 203-218.

Cette capacité du manga à se saisir des évolutions des mentalités et de l'ordre du monde jusqu'à en anticiper parfois les effets est liée, entre autres, à un processus de production en interaction soutenue avec un lectorat de masse, à un usage plus exclusif des images et symboles que dans les comics américains ou la BD franco-belge, et au fait qu'il y a longtemps échappé au « politiquement correct » comme aux prétentions artistiques et intellectuelles qui ont émasculé de ses deux concurrents.<sup>253</sup>

Quant à la portée du manga et de l'Anime sur nos sociétés, elle est jugée différemment selon les auteurs. La description des grands bouleversements de la société japonaise (défaite militaire, urbanisation) et l'anticipation globale caractérisent ces productions, leur impact sur ce que nous nommerons « le sort du réel » est jugé de façon ambivalente par ces créateurs : s'il éveille l'espoir d'un renouveau et d'un changement chez des artistes engagés et explorateurs,<sup>254</sup> la portée est perçue limitée par d'autres. C'est le cas du réalisateur Isao Takahata de *Pompoko* (1994) qui minimise la capacité d'un film à transformer le réel :

Si je ne crois pas qu'un film a le pouvoir de changer les choses, je pense qu'individuellement, on peut éprouver de la sympathie pour ces problèmes. Cela peut donner une meilleure compréhension du danger qui nous menace. J'essaye de donner à voir un « chemin » par rapport aux choix que les êtres humains doivent faire... J'espère secrètement qu'ainsi, quelques personnes, après la vision de mon film, par leur attachement émotif, se sensibilisent et seront encouragés à prendre des initiatives personnelles. Grâce au réconfort intérieur et à l'encouragement, des actions peuvent naître... Mais je ne crois pas qu'un film puisse changer le monde ! Loin de là...<sup>255</sup>

L'existence de ces productions en DVD les place au sein du transmedia dans lequel les Anime se combinent aussi bien aux jeux vidéo, à la bande dessinée, aux jouets et aux figurines qu'à la formation de communautés par la constitution de sites web, de magazines et l'organisation de rencontres (salons, festivals). La légitimité du Japon est en progression, ce à quoi participent également les travaux de géographes cités, qui eux aussi utilisent le support DVD pour étudier les Anime et prendre le contrôle sur eux,... à moins que le cinéma fût privilégié.

---

<sup>253</sup> Jean-Marie Bouissou, « Une fable cyberpunk sur la mémoire historique, l'identité japonaise et l'ordre international : GUNNM, de Kishiro Yukito », dans *Japon Pluriel*, n° 7, 2007, p. 465–474, ici p. 473.

<sup>254</sup> Emmanuel Trouillard, « Géographie animée. L'expérience de l'ailleurs dans l'œuvre de Hayao Miyazaki », dans *Annales de géographie*, 695-696, 2014, p. 626–645.

<sup>255</sup> Ces propos sont extraits d'un entretien donné par le réalisateur sur [http://www.butu-connection.net/films/pompoko\\_analyse.php#bas](http://www.butu-connection.net/films/pompoko_analyse.php#bas).

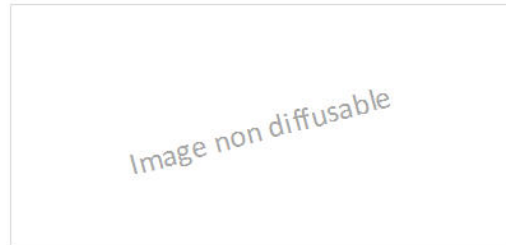
### 3. L'écosystème médiatique : « les produits dérivés »

Le dialogue entre le cinéma d'animation et la bande dessinée est d'une intensité vigoureuse. L'histoire du Japon, des États-Unis et de l'Europe montrent qu'ils possèdent un socle artistique commun : les livres illustrés, les arts et pratiques graphiques, et surtout la bande dessinée se sont « déversés » dans le cinéma d'animation. Une conséquence directe est que des personnages appartenant à la littérature de jeunesse et à la bande dessinée seront voués à une carrière externe au papier des livres : Bécassine, Babar, Astérix, Tintin et Milou, Spirou, les Schtroumpfs (France / Belgique), Tarzan, Dick Tracy, Superman, Batman, Garfield, Snoopy (États-Unis), Astro boy, Dragon Ball (Japon) etc. Car le sens du mouvement n'est pas unilatéral, la prudence est requise afin de ne pas vouloir historiciser le passage des personnages à la hâte au regard de l'histoire des medias. C'est ce que justifient deux célébrités animales nées dans l'animation : *Félix le Chat* et *Mickey Mouse*. Originaires du dessin animé, ils furent adaptés en comics, avant d'être sollicités par les jeux vidéo en toute fin de XXe siècle :

Illustration 5



Illustration 6



Les jeux vidéo *Castle of Illusion starring Mickey Mouse*, Master system (1990) et *Félix the cat* sur Game boy (1993)



Ce « passage » est continu. Il n'est pas achevé. D'une part, la bande dessinée et le cinéma d'animation possèdent une évolution plus spécifique au media, d'autre part, ils se recomposent dans des formes hybrides et peuvent même aboutir à la mise au point de nouveaux supports : la création en 2009 du médium numérique *Turbo media* en est l'illustration. Basé sur le principe appelé flip-book, ce medium propose une sorte de diaporama numérique situé dans un entre-deux. L'avènement du numérique a renforcé les échanges entre bande dessinée et animation. La présence d'ordinateurs au sein des foyers en constitue un moteur.<sup>256</sup>

Au même titre que les livres et les jouets qui au gré de leur évolution sont devenus sonores<sup>257</sup> et pour certains numériques, les dessins animés ne se limitent pas à l'animation. Le dessin animé est lui-même l'adaptation d'une œuvre préexistante. Walt Disney ne fut pas le seul à puiser dans les contes européens puisqu'on les retrouve au Japon ! De manière générale, les dessins animés basés sur une œuvre de papier sont nombreux et posséder plusieurs adaptations réparties dans le temps et l'espace est courant (*Les 101 dalmatiens, Belle et Sébastien, Le club des cinq, L'appel de la forêt, Croc blanc, L'étalon noir, Bambi, Le livre de la jungle* etc.). En plus de la restauration des œuvres et de la modernisation de l'esthétique audiovisuelle, la sortie d'un film ou d'une nouvelle série animée réactive l'intérêt ou en suscite un nouveau. Parallèlement, la profusion exponentielle d'objets de consommation, l'existence de chaînes télévisées destinées aux enfants banalisent les œuvres. Nous y reviendrons dans notre chapitre consacré aux jouets.

Nous remarquerons encore que la source d'un dessin animé n'est pas exclusivement fictive. En effet, le dessin animé peut se baser sur des vécus animaux plus concrets, par exemple celui d'un chien héros d'expédition polaire. C'est le cas du chien du dessin animé Balto. Ensuite, nous l'avons vu, le dessin animé sert lui aussi de point de départ d'adaptations (livre, jouet, jeu vidéo etc.) si bien que dans certains cas, il paraît difficile de retrouver la première pierre de l'édifice ! C'est ici qu'émerge les produits dérivés et de son industrie. Il est aisé de l'observer, les produits dérivés de dessin animé constituent une offre pléthorique : matériel scolaire, vêtements et linge de maison, jouets, déguisements, cartes à jouer, album de stickers, jeux de société, vaisselle, etc. Au niveau de la production, les produits dérivés constituent un enjeu que l'entreprise peut

---

<sup>256</sup> Pascal Vimenet, *Animation [cinéma d']*, avril 2013, sur <http://neuviemeart.citebd.org/spip.php?article613>.

<sup>257</sup> L'émission radiophonique *Science publique* « Pourquoi le bruit des jouets nous casse-t-il les oreilles ? », France Culture, 28.12.2012, 57 min.

renforcer en créant un département attiré. Après avoir cité le cas de Walt Disney, la création de *Warner Bros Consumer Products* en 1990 dans le but de commercialiser des produits Looney Tunes va dans ce sens.<sup>258</sup> Un des événements qui influe le plus directement l'apparition sur les marchés de produits dérivés est la sortie en salle obscure ou sur support (VHS/DVD/Blue ray). Elle se concrétise par l'apparition sur les marchés d'une kyrielle d'objets et positionne le film au sein du quotidien. Toutefois, au systématisme de l'équation et son idéologisation, l'analyse au cas par cas demeure préférable, car encore faut-il que les héros soient facilement déclinables en objets ! L'animation n'est pas un pur réservoir narratif de futurs produits à mettre en vente afin de réaliser des bénéfices colossaux. Cette prudence dans l'analyse s'est vérifiée par les personnages de *Là-Haut* que sont un vieil homme, un jeune garçon obèse et un chien. Ce film d'animation de Pixar montre que la mainmise de l'industrie sur la création n'est pas encore totale :

L'histoire de la production de *Là-haut* offre ainsi un exemple de l'importance du pouvoir créatif des artistes face à leurs investisseurs [...] La production de *Là-haut* était accompagnée d'une rumeur extraordinaire annonçant que ce film pourrait être le meilleur jamais réalisé par le studio. Néanmoins, quelques mois avant la sortie du film, Disney vit chuter son cours en Bourse : les actionnaires venaient de réaliser qu'à cause de ses héros peu attrayants le studio ne serait peut-être pas en mesure de fournir les Disney store en produits dérivés, jouets et peluches, et que ces boutiques risquaient d'afficher un chiffre d'affaires en baisse [...] Malgré cette pression, les artistes tinrent bon et, confiants dans les qualités de leur création, gardèrent le cap [...] En fin d'exploitation, il fut, avec 290 millions de dollars de recettes, le deuxième plus gros succès de l'histoire du studio après *Le monde de Némó*.<sup>259</sup>

Pour appréhender ce qui définit la production des produits dérivés, la prise en compte des spécificités des entreprises et financiers s'avère nécessaire. Ainsi en France, c'est la télévision publique qui est depuis les années 1960 un outil de promotion des objets dérivés (Babar, Spirou) par le biais des émissions jeunesse, une situation d'ailleurs soutenue par le CNC !<sup>260</sup> De manière plus globale, le dessin animé et par conséquent, les personnages dessinés et proportionnés en fonction du jouet à promouvoir constituent une logique de promotion car certains dessins animés sont créés avec le but de vendre des gammes de jouets, le dessin animé sert alors de véritable publicité narrative ! Les exemples sont nombreux. Plus profondément, c'est parfois la logique

---

<sup>258</sup> Jerry Beck, *Looney Tunes. L'encyclopédie*, Paris, 2003, p. 7.

<sup>259</sup> Kriegk et Launier, 2011, p. 104.

<sup>260</sup> Myriam Bahuaud, *Les stratégies de droits dérivés : entre logique publique et commerciale. Le cas des produits dérivés pour enfants et des programmes télévisés français*, Bucarest, 28 juin - 3 juillet 2003.

même du jeu des enfants que l'on retrouve dans la structure et la narration du dessin animé. L'analyse détaillée de la série *Power Rangers* faite par Gilles Brougère l'illustre parfaitement.<sup>261</sup> Poser les enfants comme simples récepteurs passifs est une erreur de jugement beaucoup plus idéologique que réaliste. De la même manière, il est erroné de les percevoir comme étant en pleine maîtrise des medias et contenus culturels qu'ils manipulent.

Les produits dérivés, en plus de cartographier les modalités de construction, de promotion et de rentabilité d'un dessin animé ou d'un film d'animation indiquent que la réception d'un dessin animé ne renvoie pas uniquement au dessin animé proprement dit mais potentiellement à l'acquisition d'objets ou à la visite de lieux tels qu'un centre commercial ou un parc d'attraction. Le dessin animé n'est pas limité à la durée de sa programmation. Pour finir en musique, nous précisons que les gammes de jouets et de jeux vidéo ne constituent pas un cas isolé de l'expansion de l'animation. Les adaptations de dessins animés en comédies musicales par le département « Disney Theatrical Productions » créé en 1994 modifient eux aussi la création de dessins animés, principalement leur musique. Nous connaissons toute la centralité de la musique chez Disney. Elle n'est jamais considérée comme simple accompagnement de l'animation.<sup>262</sup> Ce fut le cas dès les origines de Disney et la réalisation de *Fantasia* en 1940 en fut un aboutissement, malheureusement timidement reçu par une réception très mitigée de la part du public et des critiques.<sup>263</sup> En plus de la musique, il a été montré en quoi la danse des corps se pose comme principe d'animation. La danse est ce qui humanise le corps : « Le dessin animé, chez Disney plus que dans tout autre studio d'animation est pensé comme un art second du mouvement dont le premier référent reste indubitablement la danse ».<sup>264</sup> Désormais, car Disney joue sur les scènes de Broadway, ce n'est plus uniquement la musique mais bien la comédie musicale qui investit de plus en plus l'œuvre animée. Peut-on dès lors encore appréhender ce nouvel embranchement de Disney comme incongru et dérivé lorsqu'on sait que la musique et la danse sont « vitales » car inhérentes à l'animation de Disney ?

---

<sup>261</sup> Gilles Brougère, *Jouets et compagnie*, Paris, 2003, p. 327-347.

<sup>262</sup> Christian Chelebourg, « Walt Disney ou la possibilité d'un rêve. Éléments de métalecture », dans *Cahiers Robinson*, n° 35, 2014, p. 9-20.

<sup>263</sup> Maryse Petit, « À propos de *Fantasia* : création et mise en anima », dans *Cahiers Robinson*, n° 35, 2014, p. 61-74.

<sup>264</sup> Dick Tomasovic, « Disney, Danse, Dessin. Une conception chorégraphique de l'animation », dans *Cahiers Robinson*, n° 35, 2014, p. 33-46, ici p. 46.

Les nouveaux dessins animés prennent donc leur distance avec leurs ancêtres, notamment au plan musical : « Snow White and the Seven Dwarfs is a movie with songs ; The little Mermaid is a full-scale, Broadway style musical – on film ». Cela mène à l'engagement de toute une nouvelle équipe de spécialistes de la comédie musicale et par extension de la musique contemporaine composée de musiciens, de chanteurs et de compositeurs renommés. Alan Menken, Howard Ashman et plus tard Tim Rice, Elton John et Phil Collins seront responsables des mélodies célèbres par lesquelles les productions Disney, cinématographiques aussi bien que théâtrales, se définiront.<sup>265</sup>

Moins légitime que la littérature de jeunesse et la bande dessinée, le dessin animé demeure de manière générale déprécié. Néanmoins, la reconnaissance de cette expression artistique dont témoignent la création récente de la galerie parisienne *Art ludique* et l'augmentation du nombre d'expositions consacrées au sein de musées de renom – par exemple l'exposition *Il était une fois Walt Disney. Aux sources de l'art des studios Disney* au Grand Palais en 2006-2007 – est en train de s'établir. Associés aux États-Unis et plus récemment au Japon, la dépréciation des dessins animés relève en partie du conflit des cultures, à quoi s'ajoutent l'incompréhension partielle des contenus des œuvres importées et leur mauvaise adaptation dont la qualité médiocre des traductions et des doublages sont responsables. Ce conflit est analysé et décrypté par une nouvelle génération de chercheurs pour qui l'exportation et la réception des mangas japonais et des comics américains constituent les terrains privilégiés d'étude. La recherche se concentre sur des productions en particulier – par exemple *Saint Seiya* dits *Les Chevalier du Zodiaque* en version française –, sur des auteurs ou en analysant les processus généraux.<sup>266</sup> La France ne voit pas la vie en rose comme le Japon :

Vingt-cinq ans après, alors que l'anime japonais a conquis ses lettres de noblesse auprès de la critique, on ne peut que constater la profondeur de l'incompréhension culturelle qui régnait alors. Par exemple, la version française de *Saint Seiya* affublait certains chevaliers d'une voix féminine, considérant les traits androgynes des personnages vus à l'écran ou le rose de leur armure. Or, au Japon, le jeune homme efféminé (*bishônen*) est précisément celui qui plait au sexe féminin et le rose, couleur de la fleur de cerisier, signe des samourais,

---

<sup>265</sup> Caroline Klensch, « Adaptez, adaptez ! Il en restera toujours quelque chose », dans *Cahiers Robinson*, n° 35, 2014, p. 163–170, ici p. 166.

<sup>266</sup> Samuel Kaczorowski, *L'œuvre filmique d'Ozamu Tezuka et son incidence sur le cinéma d'animation*, Thèse, Université de Toulouse 2, 2014. Sur les processus généraux, consulter Julien Simonpieri, *Réception du dessin animé japonais en France de 1971 à nos jours*, Thèse, Université Paris X Nanterre, 2009.

symbolise le courage.<sup>267</sup>

Car l'art du dessin animé s'est beaucoup épanoui en l'espace d'un siècle d'existence et que sa production internationalisée est associée à une puissante industrie, l'émergence d'un intérêt est justifiée. En outre, aux travaux scientifiques, l'apport des amateurs dans la constitution des savoirs est considérable, ce dont rendent compte les multiples sites et blogs créés et animés sur Internet, ainsi qu'à la parution d'une presse spécialisée. À cela, les sites officiels des entreprises ainsi que ceux qui permettent le visionnement de dessins animés et d'archives sont à signaler parce qu'ils mettent à disposition du chercheur tous types de contenu autrement difficiles d'accès. Le bestiaire des dessins animés dépasse de loin les personnages plus anciens devenus icônes. En ce qui a trait au chien, derrière les succès des *101 dalmatiens*, de *la Belle et le Clochard* et du *Manège enchanté*, ce sont des centaines de chiens provenant d'Europe, des États-Unis et du Japon que la pluralité des dessins animés met à disposition de notre recherche.

---

<sup>267</sup> Sébastien Bertrand, « Adolescence et mythologies. Saint Seya, manga et anime éducatifs », dans *Cahiers Robinson*, n° 38, 2015, p. 241–254, ici p. 252.

## II. Les animaux ont une histoire animée

Le dessin animé a une réputation de divertissement anodin. Elle est fausse. Cet art a un passé très riche et divers, ce médium dispose de toutes les puissances du cinéma, cette industrie a pris des proportions colossales. Elle a investi la vie quotidienne des enfants, qu'elle forme désormais en bien et en mal.<sup>268</sup>

Dans nos sociétés de l'image, le dessin animé et le film d'animation font partie intégrante de la culture de la vie quotidienne des enfants. Après la place qu'occupait le dessin animé au cinéma et la sienne aujourd'hui – la sortie d'un dessin animé demeure un événement, pour les fêtes de fin d'année par exemple – c'est l'essor de la télévision et son implantation au centre de la quasi-totalité des foyers qui a définitivement transformé les enfants en téléspectateurs. Avant l'essor des supports externes, en abordant l'influence du marketing, Stephen Kline et Jacqueline Botterill ont mis en lumière l'évolution de la télévision à travers les programmes jeunesse et dessins animés. Le marketing s'est approprié la télévision et les anciens enfants des rues. Ils ont été happés par l'intérieur de la maison où l'unique télévision trône : « En expérimentant la programmation après l'école, Disney a lancé un processus qui a chassé les enfants nord-américains des rues pour les réorganiser en "public" de télévision ». <sup>269</sup> Une fois de plus, le visionnaire Walt Disney, pourtant peu enthousiasmé à l'origine, fut pionnier en comprenant ne pas pouvoir passer outre. Il ne fut pas le seul à être lucide face à l'émergence de la télévision. Dans l'histoire du jeu vidéo, alors que Nolan Bushnell fit sortir le jeu vidéo des laboratoires afin de l'exploiter dans les lieux publics, Ralph Bauer opta pour une approche et une rentabilité plus domestique.

Ralph Bauer, qui, dès le début des années 1950, fit preuve d'une vision tout à fait pionnière dans le domaine, n'avait pas abandonné ses projets de concevoir un appareil permettant au téléspectateur d'interagir avec le poste de télévision, dont le taux d'équipement augmentait vertigineusement dans les foyers américains. Travaillant comme ingénieur pour le compte de Sanders Associates, un sous-traitant de l'armée américaine, il supervisa à partir de 1966 (l'année de la mort de Walt Disney !) la création de prototypes se

---

<sup>268</sup> Propos du réalisateur Michel Ocelot cité dans Elaine Dagherne, *Quand Disney nous dit : Tu seras un homme mon fils, tu seras une femme ma fille* [Représentations et socialisations de genre par les longs métrages classiques de Walt Disney], Mémoire, Science-Po Lyon, 2010.

<sup>269</sup> Stephen Kline et Jacqueline Botterill, « Médias et marketing des jeux et jouets », dans Gilles Brougère (éd.), *La ronde des jeux et des jouets. Harry, Pikachu, Superman et les autres*, Paris, 2008, p. 119–139.

connectant au téléviseur et pouvant à terme être vendus une vingtaine de dollars.<sup>270</sup>

Le brevet de Bauer sera acheté par la compagnie d'électronique grand public *Magnavox*. C'est elle qui produira l'*Odyssey*, la première console de jeux à cartouches interchangeables, c'est pourquoi pour Alexis Blanchet, cette console qui se branche sur la télévision par l'entrée antenne est un système technique parasite détournant la télévision de son usage initial qu'est la diffusion de programmes.

[Le marché du jeu vidéo] est moins important en lui-même que parce qu'il prépare. Il habitue le consommateur à un autre usage de son téléviseur. Celui-ci n'est plus ce récepteur d'images animées qui trône au milieu du salon et que l'on regarde de façon plus ou moins passive, mais un appareil avec lequel s'instaure un rapport ludique et qui génère sur un écran des figures géométriques. Le jeu vidéo introduit un autre rapport à un objet technique, il ouvre la voie à une utilisation du téléviseur comme terminal alphanumérique.<sup>271</sup>

Cette pratique de parasitage du petit écran se constituera avec les périphériques vidéographiques domestiques émergents dans la foulée. La conséquence est que la télévision se voit aussi bien investir par l'animal par ses programmes (réception d'images) que par son parasitage (un jeu vidéo, une vidéocassette, un DVD, un enregistrement caméscope). Au XXI<sup>e</sup> siècle, ce flux d'images est ininterrompu. La télévision s'est transformée en un puissant producteur d'images : elle en diffuse de manière continue (télévision → spectateur) et en reçoit en retour (spectateur → télévision). Mais revenons-en aux animaux de l'animation. En relation étroite avec la littérature de jeunesse, la bande dessinée, le cinéma, les jouets, les jeux et les jeux vidéo, le dessin animé est un divertissement du quotidien. Pour tenter de recenser les présences animales et d'en extraire les particularités, nous procéderons en deux étapes avec pour commencer un recensement des espèces animales présentes dans les films long-métrages dont les plus récents ont été privilégiés (Walt Disney, Pixar, Dream Works) avant de nous consacrer aux chiens dans les dessins animés de télévision, en particulier chez les studios Hanna-Barbera et ceux de la célèbre Warner Bros. Pléthorique, l'offre de dessins animés recourt aux espèces animales. Ainsi, sans vraiment que nous y prêtions attention, les animaux se multiplient sur les écrans de cinéma et de télévision. En nous concentrant sur les œuvres majeures, l'objectif est d'en cartographier le contenu afin de

---

<sup>270</sup> Alexis Blanchet, *Des pixels à Hollywood. Cinéma et jeu vidéo, une histoire économique et culturelle*, Châtillon, 2010, p. 43.

<sup>271</sup> Patrice Flichy, *Les industries de l'imaginaire*, Grenoble, 1991, p. 131, cité dans Blanchet, 2010, p. 45.

situer la position du chien.

## 1. Un bestiaire cinématographique : les animaux célèbres

Si l'on dit souvent que le chien est le meilleur ami de l'homme, on peut aussi affirmer qu'il est le meilleur ami du scénariste et de l'animateur des studios Disney ! Depuis le premier film d'animation Disney, j'ai effectivement pu dénombrer pas moins de 173 chiens (chiffre approximatif) dans les Grands Classiques Disney, pour une trentaine de races différentes !<sup>272</sup>

Chez les studios Disney, avec les personnages des *101 Dalmatiens* (1961), le chien est l'espèce animale quantitativement gagnante même si une unique race canine est privilégiée ! L'autre grand classique canin *La Belle et le clochard* (1955), est plus représentatif de l'hétérogénéité des races : l'héroïne Lady est une épagneule cocker, Jack un terrier écossais très distingué, César un limier, Peg un Shih Tzu, Boris un lévrier russe, Toughy un croisé américain, Pedro un chihuahua, Bull un bouledogue, et Dachsie un teckel. Ici, on remarque que les prénoms des chiens peuvent correspondre à la race – *Dachshund* signifie Teckel en anglais et allemand – ou peuvent renvoyer à la langue affiliée à l'origine culturelle du chien : Boris pour la Russie, Pedro pour le Mexique. Quant au héros du dessin animé *Clochard*, c'est un corniaud. À côté de ces deux têtes d'affiche des studios et du chien de chasse de *Rox et Rouky* (1981), les chiens sont omniprésents dans de nombreux longs-métrages. Dans *Oliver et compagnie* (1988), citons les deux dobermans chiens de garde Roscoe et DeSoto, le grand danois Einstein, le bouledogue Francis, le caniche Georgette, la Saluki Rita, le chihuahua Tito et le Batard Roublard ; dans *Cendrillon* (1950) et *Cendrillon 2 : une vie de princesse* (2002) le chien de race limier Pataud ; dans *Peter Pan* (1950), la chienne Nana, un saint-bernard qui est la nounou des enfants de la famille et dans *Robin des bois* (1973), nous retrouvons un chien Corniaud avec une jambe dans le plâtre. Au côté des chats

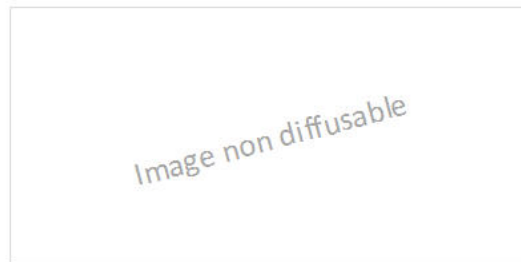
---

<sup>272</sup> Extrait du dossier consacré aux chiens chez Disney du site web [www.Personnages-Disney.fr](http://www.Personnages-Disney.fr), le 2 février 2009.



musicaux des *Aristochats* (1970), deux chiens aux noms historiques apparaissent. Il s'agit du basset Lafayette et du Saint-Hubert Napoléon. Dans *Basil, détective privé* (1986), c'est de nouveau un chien de race basset prénommé Toby. Dans *La petite sirène* (1989), le prince est accompagné du Bobtail Max. Dans *Hercule* (1997), c'est le Cerbère de la mythologie qui tente de terrifier le héros. Dans *La Ferme se rebelle* (2004), un unique chien apparaît en la personne de Rusty, le chien du shérif.

#### Illustration 7



Le chaton perdu est entouré de chiens dans *Oliver et compagnie* (canine) , 1989

Les chiens du travail commun Disney/Pixar nous intéressent également au plus haut point. Les films d'animation *Toy Story* contiennent trois personnages canins : le jouet Zig-Zag, le chien de l'enfant possédant les jouets – il s'agit du chien Razmot qui, fait notoire, vieillira avec l'enfant, se retrouvant vieux et affaibli dans le dernier opus – et Scud, le méchant Bull terrier du voisin qui détruit les jouets. Nous y reviendrons ultérieurement. Il y a aussi ceux du film d'animation *Là-haut* (Disney/Pixar, 2009) avec le gentil Doug, troisième personnage du film et une meute de chiens dont le leader est le doberman Alpha. Ces redoutables chiens possèdent un collier leur

permettant de parler de manière humaine. Pour conclure, citons *Volt, star malgré lui* (2008) qui est un chien acteur de cinéma doté de super pouvoirs malheureusement fictifs. Les chiens ne brillent pas toujours par leur intelligence ! Sa quête initiatique consistera dès lors à devenir un chien normal, encouragé et guidé dans ses aventures par une chatte de gouttière et un hamster encapsulé.

En dehors de Disney, il existe des longs-métrages dont les chiens sont les héros tels que *Balto, chien-loup* (1995) ou *Charlie, mon héros* (1989) de Don Bluth. Après les chiens, les chats. Pour commencer, nous citerons les courses poursuites de *Titi et Grosminet*, celles de *Tom et Jerry* et de *Félix le chat* d’Otto Mesmer qui est le chat du dessin animé par excellence. Source d’inspiration de Disney, ce dernier aurait imaginé le personnage d’Oswald le lapin, le chat ayant déjà son « porte-miaou » :

Si on posait aujourd’hui la question : Qui a été entre les deux guerres mondiales, la plus grande vedette du cinéma américain ? Ceux qui ont vécu cette époque et qui en ont gardé la mémoire répondraient sans doute : Félix le chat ! Exagération ? Certes pas ! On ne peut imaginer à quel point la popularité de ce héros de dessin animé a été importante et, surtout, a duré puisqu’elle s’est étendue de 1921 à 1940. Et les directeurs des « salles obscures » ne s’y trompaient pas...ils n’hésitaient pas à ajouter aux affiches annonçant le grand film : en première partie, un nouveau Félix le chat.<sup>273</sup>

Chez Disney, l’inoubliable Patibulaire fut le deuxième personnage chat créé par Walt Disney en 1925 après Julius des *Alice comedies*. Ennemi juré de la souris Mickey, il demeure le chat le plus inimitable. Du côté des méchants, quelques chats illustres sont Gédéon dans *Pinocchio* (1940), Lucifer dans *Cendrillon* (1950), les siamois Si et Am dans *La belle et le clochard* (1955) ou Félicia dans *Basil, détective privé* (1986). Disney en propose également des gentils tels que Figaro dans *Pinocchio* (1940), *Les Aristochats* (1970) – il fut un investissement créatif colossal pour les studios Disney et un retour au « vrai chat » pour la médiéviste Laurence Bobis –, le chaton héros d’*Oliver et compagnie* (1988), Moustache dans *Les Indestructibles* (2005) ou plus récemment la chatte de gouttière Mitaine dans *Volt, star malgré lui* (2008). Hors du royaume de Disney, le chat apparut dans le deuxième film d’animation *Shrek* (Dreamworks). Il aura par la suite son propre film d’animation (spin-off) avec *Le chat potté* (Dreamworks, 2011).

---

<sup>273</sup> Laurence Bobis, *Les neuf vies du chat*, Paris, 1991, p. 150.

Omniprésents dans l'animation, bien que plus transparents, les chevaux se partagent un bon nombre de figures récurrentes : les princes charmants, les colons, les aventuriers, les guerriers, les chasseurs, les fermiers, les mousquetaires, les chevaliers, les indiens, les cow-boys, et bien sûr les héroïnes. Le fait notoire est que cette omniprésence ne délivre aucunement au cheval un rôle de personnage de premier plan. Ils sont très peu à être individualisés alors qu'ils sont omniprésents sous diverses formes (état, fonction, esthétique) et au final, les chevaux incarnent très peu de premiers rôles : nous citons *Spirit, l'étalon de la plaine* (Dreamworks, 2002) et dans une moindre mesure, le très expressif cheval Maximus de *Raiponce* (Disney, 2010) qui est le cinquantième classique de Disney et son premier film en animation 3D. Placés en arrière-plan, les chevaux apparaissent néanmoins régulièrement : Frou-Frou dans *Les Aristochats* (1970), Philibert dans *La Belle et la Bête* (1991), le cheval Kahn dans *Mulan* (1998). Du côté des courts-métrages animés, *Horace Horsecollar* est le cheval anthropomorphe populaire du début de l'ère Disney. Le film d'animation *Spirit, l'étalon des plaines* dans lequel, fait rare, les animaux ne parlent pas, nous permet d'accéder à l'autre grande caractéristique du cheval qui est qu'il se voit très souvent privé de la parole dans sa relation aux humains<sup>274</sup>, voire aux jouets tel Pile-poil qui est le destrier du jouet Cow-boy Woody dans les films d'animation *Toy Story* (Disney/Pixar, 1995, 1999, 2010). Il existe un contre-exemple qu'est le compagnon *Jolly Jumper* du cow-boy Lucky Luke dont il existe plusieurs films et séries animées. De plus, on dénote une association entre le cheval et l'âne, un lien rapport se concrétisant surtout par la transformation de l'âne en cheval, ce qui s'inscrit dans l'histoire culturelle. En effet, nous savons grâce à l'historien Michel Pastoureau que la métamorphose est une caractéristique culturelle de l'âne, de l'antiquité à nos jours.<sup>275</sup> La transformation de l'âne en cheval signifie l'amélioration, le cheval étant présenté comme supérieur sur plusieurs plans. Dans les quatre films *Shrek* de DreamWorks (2001, 2004, 2007, 2010) qui est une parodie de l'univers des contes de fées, de la société de spectacle et des médias, c'est l'expérience du compagnon bavard de l'ogre qui deviendra un étalon blanc dans le deuxième opus.<sup>276</sup> Enfin, il ne faudrait pas omettre les chevaux fantastiques tels que Pégase dans

---

<sup>274</sup> Ce film d'animation propose un basculement. Le langage n'est pas visible (pas de mouvement de lèvres) mais audible. De manière schématique, les chevaux sont visuellement animaux (communication animale) et humains par le son puisqu'une voix off ainsi que les nombreuses chansons rythment le film.

<sup>275</sup> Michel Pastoureau, *Les animaux célèbres*, Paris, 2001, p. 42-46.

<sup>276</sup> L'article *Les chevaux dans les dessins animés* du 31.05.2012, sur : <http://mag.monchval.com/les-chevaux-dans-les-dessins-animes-2>.

*Hercule* (1997) ainsi que les poneys.

Les animaux de la forêt sont également fortement présents dans l'animation, notamment l'ours et le loup. À ce titre, il serait sûrement instructif de comparer deux motifs récurrents de danger que forment le loup et le requin, symboles impitoyables de la forêt et de la mer. La forêt, qu'elle soit enchantée, paisible, dangereuse ou refuge, est en tout cas un lieu à contenu animal. Le chien n'en est pas exempt, surtout de par son emploi dans la chasse. Les chiens sont des animaux de meutes anonymes féroces dans *Bambi* (1942) et *Bambi 2* (2006) ou des chiens plus individualisés de *Rox et Rouky* (1981) et *Rox et Rouky 2* (2006). Arrêtons-nous un instant sur les affiches :

Illustration 8

Illustration 9



L'affiche de 1981



L'affiche de 1988 (2ème sortie cinéma)

Le rôle joué par le titre dans l'individualisation des personnages est à signaler : contrairement au titre de la version anglaise *The Fox and the Hound* qui se centre sur les espèces, des traductions personnifient les espèces animales en les nommant : *Rox et Rouky* en français ou *Cap und Capper*

en allemand. Ce trait se retrouve très distinctement dans l'évolution des affiches où ce n'est pas uniquement le titre mais la mise en scène qui s'est diamétralement transformée. Pour la ressortie du film en 1988, l'anthropomorphisation et l'infantilisation des personnages est accentuée, les méchants ont totalement disparu et la forêt s'est éclaircie.<sup>277</sup>

Le film d'animation le plus récent reliant le chien à la forêt n'est pas à attribuer au studio Disney mais au Studio Sony Pictures Animation avec *Les rebelles de la forêt* (2006, 2008, 2010). Le deuxième opus met en scène un conflit entre les animaux domestiques et les deux héros rebelles « sauvages » que sont Boog et Elliot, respectivement un ours et un cerf. Le scénario est qu'un chien, un teckel échappé de sa maison, se voit capturé par un groupe d'animaux domestiques. Mené par un caniche blanc, une caricature du chien de salon de toilettage et de concours, leur objectif sera de ramener le teckel aux humains, ce contre quoi lutteront les rebelles. En plus du contenu du film (ex : la scène finale se déroule au sein d'un parc d'attraction pour chiens), nous retenons surtout le scénario qu'est l'utilisation du chien comme « lieu animal » de confrontation entre le sauvage et le domestique. Cela s'exprime par le port de vêtements, la gestuelle du corps, les choix alimentaires, la liberté de mouvement, etc. Ce scénario s'ajuste sur le premier film dans lequel l'ours apprivoisé Boog se lance dans la vie sauvage dont il ne connaît rien. Avec *Les rebelles de la forêt*, ce n'est plus la chasse qui unit le chien à la forêt mais la confrontation entre deux modes d'existence dont la fin signe la victoire de l'attachement du teckel à ses humains.

En ce qui concerne la ferme des animaux, en plus du succès du film cinématographique *Babe, le cochon devenu berger* (1996), ces dernières années ont amené des sorties telles que *Chicken Run* (2004) et chez Disney, *La ferme se rebelle* (2004) et *Chicken little* (2005). Dans la série en stop motion *Shaun le mouton* créé en 1995 et le film (2015), le chien partage la vedette.

Après la ferme, les films d'animation nous emmènent dans les parcs zoologiques. Là, excepté le chien Pluto en visite au zoo (1942) et le couple canin de *La Belle et le Clochard* (1955), la probabilité d'y trouver un chien est faible. Le parc zoologique a été récemment thématiqué par les trois films d'animation *Madagascar* de DreamWorks (2005, 2008, 2011). Carl Hagenbeck, le grand capteur d'animaux en personne, aurait difficilement obtenu des résultats plus probants que le scénario : le soir, une fois les visiteurs partis, les animaux du zoo de New York font la fête sous

---

<sup>277</sup> Il existe un blog consacré aux affiches Disney à un niveau international. <http://affichesdisney.canalblog.com>.

la direction du Roi des animaux. Ce rôle lui a aussi bien dévolu par les humains dans la savane qu'au zoo ! Ce scénario de départ fut d'ailleurs rapidement repris par le studio concurrent Disney dans le film d'animation *Wild* (2006) :

Genre : copier-coller. Un lion et ses potes s'évadent d'un zoo new-yorkais et découvrent la vie sauvage. C'est sympa, rigolo, plein de bestioles blagueuses en 3D, on dirait... non, ce n'est pas *Madagascar*. Ici, pas de pingouins, mais un koala ; pas de lémuriers danseurs, mais des gnous déboussolés. À part ça... toute ressemblance de ce Disney avec le film de son concurrent DreamWorks n'est, bien sûr, qu'une coïncidence... Comme le furent les similitudes entre *1001 Pattes* et *Fourmiz*, *Le Monde de Nemo* et *Gang de requins* ?... Comme on dit à l'école, qui a copié ?<sup>278</sup>

En dehors des influences et des hommages, ces proximités scénaristiques, vu sous l'angle de la concurrence que les studios d'animation se livrent, aboutissent à une production collective de films. On dénote des pics de représentations d'espèces animales à succès d'un film à l'autre dont voici des exemples : les pingouins et manchots avec le pingouin danseur de *Happy feet* (2005, 2011), les manchots surfeurs *Les rois de la glisse* (2007) et les pingouins de *Madagascar* dont on fera un Spin-off (2008, 2012). Le monde du silence cher au commandant Cousteau est concerné avec le film d'animation qui a chamboulé l'histoire des poissons clowns *Le monde de Némó* (Disney/Pixar, 2003), puis les films *Gangs de requin* (2004), *Festin de requins* (2006) et les tortues marines avec *Le voyage extraordinaire de Samy* (2010). De retour sur la terre ferme, le caméléon est un animal de compagnie dans *Raiponce* (Disney, 2010), le héros dans *Rango* (2011), un film d'animation de type western, et il apparaît encore dans *Wild* (2006). La fourmi et ses colonies se retrouvent chez deux studios concurrents, soit dans *1001 pattes* (Disney/Pixar, 1998) et *FourmiZ* (DreamWorks, 1998). L'abeille est représentée par les films *Maya l'abeille* (2013) et *Bee Movie* (2007). Dans ce dernier, le personnage masculin principal rompt le pacte des abeilles en parlant à un humain. La jeune femme se rend compte que nous leur « volons » le miel qui demande une telle somme de travail. Après avoir dénoncé l'exploitation de l'espèce, l'abeille héros unira les deux mondes. Plus proche de notre « microcosmos », la série française *Minuscule* regroupe insectes et arachnides et tous les animaux qualifiés de minuscule. Après avoir été diffusée sur le web et la télévision, *Minuscule* est devenu un film dont la sortie est prévue pour

---

<sup>278</sup> Cécil Mury, Critique *The Wild*, Télérama.fr, 07.10.2006, sur [http://www.telerama.fr/cinema/films/the-wild,259283\\_critique.php](http://www.telerama.fr/cinema/films/the-wild,259283_critique.php).

2013. Il représente une première mondiale : « Le premier film au monde en 3D relief mêlant animation et prises de vues réelles »<sup>279</sup>. Dans ce cadre, l'animé que sont les insectes se fond dans le lieu réel, un lieu existant filmé avec une caméra. Une fois ce lien identifié, il demeure que les espèces animales animées ne se déversent pas avec une même intensité ou chronologie dans les mondes de l'animation. Ainsi, le rat de *Ratatouille* (2007) n'a provoqué aucune invasion de rats dans l'animation, une situation comparable pour le perroquet de *Rio* (2011), l'éléphant de Horton (2008), l'escargot de *Turbo* (2013), les chouettes et les rapaces du film *Le royaume de Ga Hoole, la légende des gardiens* (2010) ou la girafe *Zarâfa* (2012). Ni les escargots, ni les chouettes, ni les éléphants ne connurent une mobilisation sur le long terme. Par conséquent, une analyse rigoureuse requiert la prise en compte des personnages de seconde importance. Ils représentent une scène centrale du film, un personnage attachant, un ennemi commun ou un décor animé.

## 2. De l'intérêt des dessins animés pour l'esprit des sciences sociales de l'animal

Ce court recensement centré sur les longs métrages animés (dessins animés, films d'animation), s'il n'est pas exhaustif, nous permet tout de même de constater que le contenu des productions renvoie aux recherches sur les animaux en sciences sociales, universitaires et aux travaux des amateurs. Le décloisonnement, c'est-à-dire l'arrogance et le conservatisme de l'université dans sa volonté sociale de maintenir sa supériorité, subit une transformation profonde. La nouvelle génération de chercheurs a une acceptation de ce que nous étudions dans notre recherche : la bande dessinée, le dessin animé et les jeux vidéo sont en voie de légitimation par ces chercheurs qui ont littéralement grandi en leur compagnie. Cette génération reçoit l'appui, et parfois les lignes directrices de chercheurs appartenant à une génération plus ancienne, qui parce qu'elle a elle-même dû imposer les nouveaux champs de recherche, est active, confiante et productive dans sa volonté d'étudier des pans culturels jusqu'alors évacués par le monde universitaire. L'apport de l'historien amateur dans la prise en compte de l'animal dans l'histoire a par exemple été

---

<sup>279</sup> Extrait du site web officiel, sur <http://minuscule.tv/>, consulté en janvier 2013.

reconnu : « En réalité, ce furent les historiens amateurs, au sens noble du terme, qui s'avèrent les plus productifs et les plus novateurs dès le XIXe siècle ; et jusqu'à nos jours, l'histoire de l'animal est avant tout une histoire de curieux, venus à elle pour des raisons diverses, souvent partisanses ». <sup>280</sup> La combinaison entre l'expérience et le savoir-faire des pionniers, l'arrivée d'une génération plus libre dans ces décisions et le recours aux recherches menées par les amateurs a déjà ouvert les perspectives. Dans notre cas, la confrontation au dessin animé et à l'animation dans son ensemble, annonce un terrain de recherche conséquent. La recherche sur les animaux y gagnerait en animation.

Ces œuvres mettent en scène le parc zoologique (*Madagascar ; The Wild ; Happy feet*), le jardin d'acclimatation de Paris (*Zarafa*), l'aquarium (*Le monde de Némó ; Le voyage extraordinaire de Samy 2*), le cirque (*Dumbo ; Madagascar 3*), la chasse et la pêche (*Rox et Rouky ; Bambi ; Les rebelles de la forêt, Le monde de Némó*), la quête naturaliste et les prélèvements d'animaux dans la nature (*Là-haut*), la disparition de structures d'élevage et son évolution (*La ferme se rebelle ; Chicken run ; Drôles de dindes*), l'urbanisation (*Nos voisins les hommes ; Pompoko*), la captivité et ses conséquences sur l'animal (*Rio ; Happy feet ; Le monde de Némó ; Chicken run*), l'utilisation militaire de l'animal (*Vaillant, le pigeon militaire*), l'exploitation des matières animales (*Bee Movie*), le travail animal (*Volt, star malgré lui*), la destruction d'écosystèmes et les conséquences pour les animaux (*Happy feet, Le voyage extraordinaire de Samy*), les enjeux de l'espace domestique et de l'espace urbain (*Oliver et compagnie ; La belle et le clochard*), la tension entre les espaces dits naturels et culturels (*Les rebelles de la forêt ; Les Aristochats ; Oliver et compagnie ; Nos voisins les hommes*), la domestication animale et l'appropriation (*Spirit, l'étalon des plaines*) et même l'exploitation animale. Donc, pour le chercheur, les enjeux artistiques, techniques et commerciaux, l'anthropomorphisme, l'humour, l'aventure, la féerie et tout ce qui caractérise schématiquement les dessins animés et les films d'animation, ne doivent nullement amener les sciences sociales à délégitimer ce média au profit d'autres terrains de recherche jugés plus acceptables et sérieux. Le vécu animal, variant selon les aspirations des créateurs et des studios, s'il est transformé et infantilisé par le dessin animé est retranscrit. Pour justifier le propos et le rendre palpable, la présentation de cas, est nécessaire.

---

<sup>280</sup> Éric Baratay, *Le point de vue animal*, Paris, 2012, p. 17.



Du côté des animaux destinés à la production (œufs, viande, miel, laine), les poules enfermées du film en stop motion *Chicken run* (2000) qui tentent de s'évader d'un poulailler ressemblant à une caserne, voire à un camp de travail forcé ou de concentration le montrent. Dans ce film qui justement débute par une scène de fuite déçue, – les deux gros chiens montent la garde – la vie des prisonnières est présentée négativement, ce, malgré le confort moderne de l'intérieur des abris (lit personnalisé, table de chevet, objet à disposition). Ce sont les poules qui comptabilisent elles-mêmes les œufs pondus, s'entraînant si nécessaire, sachant que l'arrêt ou la diminution de la ponte est signe de mise à mort. Celle-ci est thématifiée lorsque l'héroïne assiste à la mise à mort artisanale à la hache et personnalisée d'une poule en perte de productivité. C'est la vie insipide menée par les poules et la volonté d'évasion qui animent le film, l'héroïne affirmant dépitée qu'elle n'a jamais senti l'herbe. Un autre point intéressant est la manière dont les deux humains qui gèrent la production réagissent, soit le regard humain qui contrôle. Alors que l'un des deux se rend compte des plans d'évasion et de la volonté tenace des poules – l'évasion finale prouvera qu'il avait raison – la chef ne le prend pas en considération, affirmant qu'il n'y a rien de plus stupide au monde qu'une poule ! Cette opposition témoigne des différences de regards portés sur les animaux avec d'un côté, la méfiance et l'observation, de l'autre, le mépris et le déni. Au terme de l'histoire, l'achat d'une gigantesque machine visant à améliorer les bénéfices de l'entreprise familiale transformant le poulet vivant à l'entrée en pâté à la sortie se solde par un échec humain et une libération animale. Les animaux rejoignent les prés environnants. Cette dernière, remarquons-le, est le fait des animaux eux-mêmes et non du secours apporté par les humains.

Le deuxième exemple, plus débridé et moins célèbre cette fois, est celui des deux dindes mâles du film d'animation *Drôles de dindes* (2013). Le héros qui a réussi à s'échapper de l'élevage intensif de sa naissance est, une fois adulte, l'animal gracié par le président des États-Unis d'Amérique. Vivant une vie confortable au sein de la famille présidentielle, il se retrouve associé à une dinde membre du front de libération des dindes afin de voyager dans le temps. Ils retournent donc au XVIIIe siècle afin d'empêcher la création de la fête de Thanksgiving ! La date de sortie du film aux États-Unis est à remarquer : le premier novembre, soit la période de préparation de cette célébration ! En lien à *Chicken run*, nous notons qu'au début du film, de par cette logique scénaristique récurrente de séparation entre le héros intelligent et insoumis en opposition à la masse passive, les dindes sont présentées comme particulièrement stupides. Là

encore, le film se conclut par un succès animal lorsque le héros qui a sauvé ses plumes distribue des pizzas afin de remplacer le rituel de la dinde ! Ainsi, la libération animale est le fait des animaux eux-mêmes et non des humains ! Dans d'autres productions, c'est un compromis entre l'exploitation et le rapport aux humains qui est préféré. Au terme de *Bee movie* dans lequel les abeilles ne sont pas originellement sous contrôle humain, le miel continue à être savouré par les humains. Le lien est maintenu et un partenariat s'établit. De la même manière, les moutons de *Schaun le mouton* offrent sans rechigner leur laine au propriétaire de la ferme.

Le vécu animal est également traité par la relation du personnage animal à son milieu que l'humain transforme et exploite. Dans *Le voyage extraordinaire de Samy*, la pollution des mers et océans par les plastiques et les déchets apparaît à plusieurs reprises, le héros manquant d'étouffer dans un sac. Au travers des aventures des héros, c'est la pêche intensive, le raclage désastreux des fonds marins, l'échouage d'un bateau et le pétrole qui se déverse dans l'eau, le harponnage des baleines, l'intervention des militants des mers auxquels le jeune spectateur est confronté. Dans *Rio*, la scène d'ouverture de danse flamboyante d'oiseaux est directement suivie par la capture et la mise en cage. Dans *Rio*, c'est le trafic illégal d'animaux exotiques et la préservation d'espèces qui sont thématiques. Le perroquet héros est capturé et est acheminé aux États-Unis, il vit avec une humaine une vie heureuse avant qu'un ornithologue affilié à une université organise son voyage à Rio au Brésil afin qu'il s'accouple dans le but de préserver l'espèce, ce qui se produit à la fin du film. Un peu plus au nord du continent, *Spirit, l'étalon des plaines* thématise la domestication du mustang et le refus de ce dernier. Sa volonté est telle que dans une scène du film, le héros, attrapé et attelé à d'autres chevaux afin de déplacer une charge excessivement lourde (une locomotive), simulera une blessure, se couchant sur le sol et gémissant afin d'attirer les humains qui n'ont pas pressenti la ruse du point de vue d'un animal dans son histoire ! À l'opposé, il est déplorable de constater que l'existence d'une histoire réelle d'un animal n'engage pas systématiquement les artistes à rendre davantage le vécu de l'animal lorsque le dessin animé l'adapte. L'illustration la plus récente est l'histoire de la girafe *Zarâfa* (2013) de Rémi Besançon et Jean Christophe Lie. Très centrée sur les personnages humains – le prince du désert Hassan, l'enfant Maki, le pilote Malaterre – la girafe offerte au Roi de France est tout à fait transparente dans le dessin animé qui porte son nom. Excepté sa grâce qui est la caractéristique première de Zarâfa selon les

créateurs,<sup>281</sup> l'animal est au service de l'histoire des humains qui l'entourent. Cette mise au service de l'animal et sa transparence atteint son comble à la fin du film lorsque la girafe conseille au petit enfant de ne plus tenter de la sauver, de la laisser dans sa cage et de s'enfuir avec l'autre jeune héroïne avec laquelle il pourra fonder une famille ! Évincée de sa propre histoire, nous nous demandons si la girafe Zarâfa n'a pas été simplement utilisée comme le sont régulièrement les éléments féminins des scénarios : un être à sauver dont on développe peu ou pas l'identité. Ainsi, le fait qu'un dessin animé adapte l'histoire vraie et extraordinaire d'un animal vivant ne signifie nullement que le vécu de cet animal sera davantage pris en compte : Zarâfa démontre que l'animal peut en être dépossédé ! Alors que la girafe de parc zoologique est un personnage principal fictif des films d'animation *Madagascar* et *The Wild*, celle qui fut offerte au Roi de France apparaît davantage comme un prétexte.

Comme Zarâfa est féminine, elle nous conduit à une précision sur la question du « genre » dont la production universitaire, elle aussi, croit. Il est vrai qu'au regard de la littérature de jeunesse, la bande dessinée et les œuvres d'animation, même si une analyse rigoureuse est requise, cette nouvelle orientation est loin d'être inutile. La hiérarchie est tellement accentuée que même les mâles sont dans la capacité de reconnaître le bien de la démarche. Face aux critiques faites aux personnages féminins des dessins animés que nous confirmons et soutenons, nous souhaitons pointer du doigt l'utilisation des animaux dans les logiques sexistes scénaristiques. Dans le cas de *Bambi*, le passage du roman de Felix Salten *Bambi, eine Lebensgeschichte aus dem Walde* (1923) au dessin animé de Walt Disney réalisé en 1942 a transformé ou recomposé *Féline*. Elle fut corporellement sexualisée, rendue passive et moins déterminante dans le déroulement de l'aventure.<sup>282</sup> Plus généralement, la sexualisation des animaux est répandue, qu'elle soit visible, infuse, morale ou sans importance majeure. Le masculin a été et demeure la norme. Le nombre de personnages masculins est quantitativement écrasant : Idéfix, Bill, Pif, Attila, Pollux, Félix le chat, Friz the cat, Snoopy, Scooby-Doo etc. Les personnages féminins, car ils ne constituent pas la norme, sont visuellement identifiables de par le corps (les cils, les lèvres), le déplacement, la coiffure, la voix, les gestes ainsi que par leur passivité ou dévouement. Il existe bien évidemment

---

<sup>281</sup> L'emploi répété du mot *grâce* est celui des artistes présentant la création de la girafe dans les bonus disponibles du DVD *Zarâfa*, alamode filmdistribution, 2013.

<sup>282</sup> Dagorne, 2010.

d'autres cas de figure : des personnages tels que *Krazy Kat* sont asexués et ceux comme *Lassie* sont trompeurs. Prenons le cadre de la bande dessinée et de la représentation animale. Comme le souligne Henri Garric dans son analyse du dessin d'Edmond François Calvo dans *La bête est morte* paru chez Gallimard, une bande dessinée destinée aux enfants qui rend compte de la seconde guerre mondiale par le dessin animalier, c'est sur le détail du dessin qu'il faut se pencher. À la typologie nationale rendue et facilitée par l'animal – les Allemands sont des loups, les Japonais des singes –, Calvo dépasse cette facilité opératoire dans les planches qui portraiturent la France d'avant-guerre. Premièrement, la France est représentée par une multitude d'espèces (c'est la seule nation à l'animalité hétérogène) et deuxièmement, parce que ces espèces animales ne se limitent pas à une typologisation sociale mais sont différenciées individu par individu.<sup>283</sup> Ce constat amène l'observateur à un travail d'empirisme radical. Ce qui importe pour nous, ce n'est pas de dénigrer la variété des représentations animales qui couvrent le masque de l'angoisse d'Art Spiegelman dans *Maus*<sup>284</sup> à celle de la représentation d'un chien de compagnie à l'humour enfantin. Notre propos consiste à remarquer que les animaux de ces histoires pour enfants et bien souvent pour adultes sont mis au service d'un sexisme latent dans lequel le féminin est secondaire.

En outre, le vécu animal est exprimé dans la confrontation entre son milieu d'origine et le milieu humain dans lequel il est acheminé. C'est la confrontation entre le parc zoologique et la nature sauvage, entre la ferme et la liberté ou indépendance et celle entre l'aquarium et la mer. La mer et l'océan sont opposés à l'aquarium, que ce soit l'aquarium du film *Le monde de Némó* – est-ce un aquarium anti-stress censé calmer les patients souffrants du cabinet de dentiste ?<sup>285</sup> – ou l'aquarium ultra-moderne sous-marin de Dubaï dans *Le voyage extraordinaire de Samy 2*. Dans les deux films d'animation, les animaux héros ont pour objectif de s'échapper, ce dont rendent compte plusieurs scènes. Dans *Le monde de Némó*, une perspective intéressante car renversée est proposée. La jeune fille tape sur l'aquarium et la caméra passe de l'intérieur de l'aquarium où les animaux marins sont stressés par le bruit à l'extérieur de l'aquarium où le désarroi des poissons est inaudible. Cette scène met en images et en sons l'inscription « ne pas taper sur la vitre » que l'on peut parfois trouver dans des animaleries devant les aquariums et terrariums. Dans *Le voyage*

---

<sup>283</sup> Henri Garric, «La bête est morte. Dessin animalier et différence », dans *Neuvième Art 2.0*, 2012.

<sup>284</sup> Clément Lemoine, « Des souris, des hommes », dans *Neuvième Art*, n° 12, 2006, ici p. 8.

<sup>285</sup> Vincent Rousselet-Blanc et Caroline Mangez, *Les animaux guérisseurs*, Paris, 1992, p. 153-173.

*extraordinaire de Samy 2*, les animaux marins se trouvent dans un aquarium situé sous l'eau au bord de la côte. Les visiteurs se trouvent donc à l'intérieur de l'aquarium, face à des poissons séparés de leur milieu naturel par une vitre incassable. Ils sont séparés des animaux marins de l'aquarium, eux-mêmes directement placés entre les humains et la mer « libre ». Dans ces films d'animation au sein desquels les tentatives d'évasion se multiplient, le cynisme est utilisé pour montrer l'indifférence au sort des animaux. Dans ce film, une fois que l'aquarium se retrouve sali et noirci par les animaux qui simulent la mort – ils firent appel à des calmars géants propulsant de l'encre à l'intérieur de l'aquarium ! –, alors que les visiteurs menacent le responsable et l'obligent à libérer les animaux dans la mer afin de garantir leur survie, l'annonce par celui-ci d'un *Happy-Hour* au bar, ramène en un seul instant le calme parmi les visiteurs ! Ce sont les soigneurs des animaux outrés, à l'intersection des animaux et de la direction de l'aquarium, qui obligeront à évacuer les animaux. Cette proximité des soigneurs vis-à-vis des animaux nous renvoie aux travaux du géographe Jean Estebanez sur les soigneurs des parcs zoologiques.<sup>286</sup> Le cynisme qui se dégage de cette scène est pour le moins dérangeante.

Une alternative offerte au chercheur(e) est de se consacrer plus précisément à un studio ou à un artiste, à une problématique d'ordre culturel (la représentation du masculin et féminin, la représentation des minorités ethniques, la question de la sexualité etc.) ou encore à une œuvre. Ces recherches, si elles ne traitent pas directement de l'animal, sont utiles à l'appréhension des globalités, c'est-à-dire de l'acquisition des modalités et à l'interprétation qui en est faite. Dans une étude de l'imaginaire du film d'animation *Ratatouille* (Pixar, 2007) Claire Bardainne et Vincenzo Susca déterminent des aspects primordiaux de la postmodernité : le décroisement de l'imaginaire nouvellement intégré au monde réel et deuxièmement, le posthumanisme. Dans *Ratatouille*, qui conte l'histoire du rat d'égout Rémy dont le rêve secret est de devenir un grand chef cuisinier, c'est la question des identités brouillées entre l'humain et l'animal qui apparaît. Car il existe un espace physique unissant les humains aux rats, des animaux généralement associés à la morsure, au danger à la saleté, le cadre de vie des protagonistes n'est plus parallèle comme dans les cartoons à espaces physiques détachés tels que Mickey Ville. Dans l'imaginaire de *Ratatouille*, c'est l'animal (talentueux) et l'humain (incapable) qui s'unissent. Le rat Rémy

---

<sup>286</sup> Sur la question des soigneurs et de leur position ambiguë, se référer au géographe Jean Estebanez, « Ceux qui sont proches. Les soigneurs au zoo », dans *Sociétés*, n° 108, 2010, p. 47-57.

s'associera avec succès à Linguini, son partenaire humain apprenti cuisinier. Pour s'exécuter, il prend place sous la toque du cuisinier au travail d'où il le guide par le maniement des cheveux. En mobilisant les écrits de Georges Bataille, les auteurs y décèlent la nécessaire acceptation par l'humain de ce qu'il a longtemps refoulé, sa part maudite. L'espace concrétiserait des processus culturels en marche, Disney étant en quelque sorte une auto-conscience de la postmodernité :

En agissant masqué, le rat bouleverse le savoir abstrait de l'intellectuel grâce aux recours à tout ce qui touche au « savoir du ventre » : saveurs, goûts, fantaisie, intuition, envie... [...] La forteresse du savoir-pouvoir moderne se montre pour ce qu'elle est : un château de sable. Le succès obtenu par *Ratatouille* est le signe frappant du réenchâtement provoqué par la réapparition de tout ce qui a été exclu par la modernité (Maffesoli, 2007), parallèlement à l'abandon des pivots sur lesquels elle s'est fondée (la beauté, l'homme maître de soi, le savoir...).<sup>287</sup>

Ce que ne mentionnent nullement les auteurs est ce qu'engage non pas tant l'imaginaire du film mais la sympathie du rat cuisinier. De manière plus pragmatique, le succès du film a eu d'autres effets potentiels tels que l'augmentation de la vente de rats vivants en animaleries, la vente en ligne ainsi que la confrontation à des extensions des personnages rats du film dans les activités et objets du quotidien qui vont par conséquent intégrer les usages des personnes (coloriage, vêtements, jeux vidéo). Un point précis sur lequel il nous faut revenir est la perception des deux scientifiques sur le rapport entre la vie et l'animation : « Ici, le personnage principal n'est plus une souris aux traits revisités et inoffensifs, mais un rat rigoureusement réaliste ». <sup>288</sup> Comparer un rat de *Ratatouille* à la souris Mickey permet certes de déceler une évolution mais qui ne demeure valable que dans l'espace du fictif. D'une part parce que le fait d'être plus réaliste que la souris Mickey ne représente pas un défi ténu en soi, d'autre part parce que la comparaison doit être effectuée entre le rat de *Ratatouille* et un animal vivant. De quoi parle-t-on au juste derrière le terme de réalisme ? Les auteurs semblent en oublier les animaux vivants ! Pour la réalisation du film, les artistes ont mobilisé les savoirs d'une « experte » en rats ainsi que des rats vivants entreposés dans les studios dans le but de les observer, de les filmer et les photographier. Le réalisme prétendu des rats – encore faudrait-il y incorporer l'importance des conditions dans

---

<sup>287</sup> Claire Bardainne et Vincenzo Susca, « Quand le bon goût vient des égouts. L'imaginaire de *Ratatouille* », dans *Sociétés*, n° 98, 2007, p. 81–86, ici p. 85.

<sup>288</sup> *Id.*, 2007, p. 85.

lesquelles les animaux vivants ont été maintenus en captivité<sup>289</sup> – fut le modèle des artistes mais aboutir à l’affirmation d’un réalisme rigoureux est un raccourci trompeur.

Illustration 10



Le jeu vidéo de *Ratatouille* (le rat réaliste !) sur Nintendo DS (2007)

En effet, après avoir été étudié et observé, il s’agit bien d’un animal vivant incomplet, partiel et filtré qui est inséré dans la création qui quant à elle l’assimilera aux logiciels informatiques, au scénario et au style du studio de création. Les anecdotes du tournage démontrent aussi bien la difficulté de filmer en intégralité les rats que les limites de la puissance des ordinateurs de l’époque à reproduire ou insérer l’intégralité du corps des animaux. Le réalisme du rat correspond finalement au réalisme de la vision de Pixar, même si Pixar en attribuant au méchant de l’histoire le nom du psychologue comportementaliste Skinner fait référence à l’histoire culturelle des rats : l’expérimentation animale dont ils subissent les volontés et tortures. Si l’idéologie de Disney explicite la postmodernité de nos sociétés, les applications du dessin animé sur les animaux réels vivants doivent être prises en compte bien qu’elles nous apparaissent comme très secondaires.

---

<sup>289</sup> Vinciane Despret, *Penser comme un rat*, Versailles, 2009.

Dans *Ratatouille*, l'animalisation du monde passe par une normalisation des animaux : les rats évacuent leur part animale en se lavant de manière tout à fait volontaire. La saleté doit être évacuée afin d'être acceptée au sein du monde des humains. Cette normalisation doit être étudiée dans ce qu'elle engage dans l'extension de nos relations aux rats, les imaginaires et les pratiques sur les animaux vivants.

Allons plus loin encore en suivant les pistes de la sociologie de l'imaginaire appliquée dans ses recherches sur les animaux. Ici, du rat d'égoût de dessin animé, l'imaginaire nous achemine directement à son versant plus adolescent et adulte que forment les super-héros humanoïdes. La tension entre humain et animal se montre inédite et plus délicate que dans *Ratatouille*. En s'appuyant sur le changement de perspective proposé par Gilbert Durand et Maffesoli, Fabio d'Andrea et Elisa Moroni exposent les racines imaginaires de l'animal et l'inédit de cette nouvelle configuration de celles et ceux qui ne sont pas héros mais des super-héros.<sup>290</sup> S'ils s'inscrivent dans une continuité culturelle par leur rattachement aux figures mythologiques, ils en proposent l'expression d'une tension et d'un déchirement de la modernité. Ils se détachent du reste des personnages animaux fictifs :

[...] alors que les personnages animaux traditionnels (Mickey...) montrent une fonction euphémisante qui s'achève dans une situation où l'animalité se retrouve inversée, normalisée et donc privée de n'importe quel pouvoir d'épouvante, chez les super-héros la question est plus complexe. La double nature des protagonistes est source de contrastes et de malaise existentiel, leur rôle dans la société est incertain aussi parce que la société qui devrait leur être reconnaissante souvent les refuse et les chasse sans pitié.<sup>291</sup>

Alors que dans l'imaginaire de Disney, l'animalisation du monde s'opère sans trop de heurts, ces super-héros se retrouvent déchirés dans leur existence. L'hypothèse est que ces super-héros sont une tentative contemporaine de mise en abîme de la dévalorisation de l'animal, des déséquilibres et impasses qu'elle provoque. C'est cette tension entre la sphère rationnelle et émotionnelle qui se jouerait dans la double identité du super-héros humain *Batman*, un super-héros humain. Elle expliquerait son rattachement à la chauve-souris :

---

<sup>290</sup> Sur les super-héros, voir Thierry Groensteen, Harry Morgan, « Super-héros », extrait du dictionnaire esthétique et thématique de la bande dessinée, (non paginé) décembre 2012, sur : <http://neuviemeart.citebd.org/spip.php?article479>.

<sup>291</sup> Fabio D'Andrea et Elisa Moroni, « De la bête au super-héros. Valorisations de l'animalité dans la BD », dans *Sociétés*, n° 106, 2009, p. 33-44, ici p. 35.



Dans le choix de Bruce Wayne du masque de la chauve-souris, toutefois, l'on trouve l'explication de sa défaite à la main de la temporalité, de son passé et de sa propre nature animale. L'homme devient chauve-souris afin d'opérer dans les ténèbres, pour cacher à soi-même et aux autres ce qui à ses yeux est inacceptable et à la fois inévitable : la déformation en un animal assoiffé de sang. Si dans le choix du masque animal on peut apercevoir la partie inconsciente de Batman qui renvoie au régime nocturne, la composante diurne et consciente du super-héros est tout à fait vouée au culte de son physique, à l'accroissement des profits de ses entreprises et à l'acquisition de nouveaux moyens technologiques.<sup>292</sup>

À ces interprétations, d'autres liens explicatifs sont à nommer tels que le contexte historique de la création de Batman : la montée du nazisme justifierait le rapprochement de Batman au Golem et la forte présence du mythe du vampire. Le créateur Bob Kane s'est également prononcé sur sa création en donnant ses références : la pièce radiophonique *The Shadow*, le personnage de *Zorro*, les films *Dracula* et *The Bat*, la bande dessinée du New-York Journal *The Phantom* et les inventions de Léonardo de Vinci qui l'intéressaient au plus haut point dans son adolescence. En rapport au rôle de protection de Batman (la figure apotropaïque), nous savons de plus que la chauve-souris était un motif utilisé dans la personnalisation des avions de combat durant les guerres aux États-Unis. Alors, c'est bien l'héritage occidental de la chauve-souris qu'exprime Batman, non celui de la Chine où les mots « chauve-souris » et « bonheur » associent cet animal à la joie et à un futur de bonne augure.<sup>293</sup> Batman, de par son humanité, constitue un cas atypique de super-héros qui renvoie directement à l'individu moderne. Il serait utile d'analyser l'évolution de la valorisation de l'animal dans l'incarnation qu'en est *Batman* au sein même de l'évolution moderne du genre super-héros dans la BD nommée *Metacomix* par Camille Baurin.<sup>294</sup> Le personnage évolue avec ses medias mais ce point, s'il ouvre le champ des possibles en montrant la complexité des combinaisons modernes entre les humains et les animaux dans les œuvres animées, est un terrain que nous laissons à d'autres recherches. Le générique de fin de notre partie étant arrivé, nous concluons sur l'enfance qui est devenue à sa façon le super héros de nos

---

<sup>292</sup> *Id.*, 2009, p. 43.

<sup>293</sup> Justine Marzack, *Batman origines. Petite anthropologie de l'homme chauve-souris*, Paris, 2014, p. 39-47.

<sup>294</sup> « La figure du super-héros fait de plus en plus communément l'objet d'une recharacterisation en régime ouvertement réflexif. La diffusion croissante des procédés typiques du meta- (intertextualité, parodie, polygraphie, réinterprétation des personnages déjà connus, métalepse, etc.) signale que le genre tout entier est peut-être entré dans une phase nouvelle, sans aucun doute moins innocente et plus cryptée, puisqu'il vise désormais un public doué d'une certaine expertise. Pour retrouver les super-héros dans une version plus ingénue, il faut sans doute se tourner désormais vers les blockbusters hollywoodiens inspirés de Batman, Spider-man et Iron-Man » dans Thierry Groensteen, Harry Morgan, « Super-héros », extrait du dictionnaire esthétique et thématique de la bande dessinée, (non paginé) décembre 2012, sur : <http://neuviemeart.citebd.org/spip.php?article 479>.

sociétés. Le retour à l'enfance n'est-il pas salvateur ! Nous savons que cet espace du possible se réalise de manière plus souple, avec moins de heurts que chez les humains plus âgés. La question de la transformation et du passage d'une espèce à une autre est fondatrice. Elle se réactualise mais n'est pas inédite. C'est ce que Paul Shepard nomme le « lien de réelle parenté ». Les limites sont continuellement explorées.

Cette vision des animaux comme des choses infantiles à écarter ignore les caractères positifs, aidant à la croissance, des animaux issus de l'imagination comme de la vie réelle. Si nous adoptons une autre approche, basée sur le legs de notre coévolution avec les espèces animales, qui suppose que la vie commence par une ouverture aux animaux comme des créatures du même niveau que nous, alors ceux-ci deviennent le premier vocabulaire essentiel pour nous comprendre nous-mêmes et comprendre les autres. Tandis que les enfants se transforment en adolescents puis en adultes, ce vocabulaire, encodé en métaphores et contes populaires, conserve son pouvoir symbolique.<sup>295</sup>

Les recherches en sciences sociales sur les animaux sont-elles prêtes à adopter cette approche et inclure les dessins animés dans son évolution et sa maturité ?

### **3. Le dessin animé entre cinéma et télévision**

S'ils tiennent le devant de la scène, les dessins animés et films d'animation long-métrage des studios Disney, Pixar, DreamWorks ou Sony pictures, demeurent la face visible de l'iceberg de l'animation. Prétendre analyser les présences animales dans le dessin animé oblige le chercheur à y intégrer la face immergée de l'iceberg qui est la plus importante quantitativement. C'est le dessin animé conçu (ou diffusé) pour la télévision. Notre partie se structure en trois parties. Nous commencerons par le studio Hanna-Barbera, continuerons par le bestiaire de la Warner Bros avant de nous consacrer aux dessins animés en tant qu'adaptations.

L'élaboration du corpus se base principalement sur des sources amateurs, notamment le site en ligne *Planète jeunesse* créé en 2003 dont les quelques 2500 fiches de dessins animés et séries

---

<sup>295</sup> Melson, 2009, p. 221.

télévisées furent consultées. Chaque fiche type fournit ces éléments : une fiche technique (Nom original, année de production, auteur, réalisateur, nombres d'épisodes etc.), la diffusion, un synopsis, un commentaire, la liste des épisodes, le doublage et des images de l'œuvre. La présente liste n'est donc pas définitive et complète. La grille télévisée française des émissions jeunesse est également consultable sur le site. Parmi les principales, voici quelques exemples répertoriés et classés par chaîne :

TF1 (ORTF) *L'île aux enfants* (1975-1982), *Les visiteurs du mercredi* (1975-1982), *Croque-vacances* (1980-1987), *Le club Dorothée* (1987-1997), *Disney club* (1990-1999), *Disney parade* (1989-1998), *Salut les Toons* (1996-2001), *Tf ! jeunesse* (1997-2007).

Antenne 2 / France 2 *Récré A2* (1978-1988), *Giga* (1990-1995), *Hanna Barbera Ding Dong* (1990-1996), *Televisator 2* (1993-1994), une émission consacrée aux jeux vidéo, *La planète de Donkey Kong* (1996-2000) et *DKTV* (1998-2001)

FR3/France 3 / FR3 jeunesse (1975-1986), *Disney Channel* (1985-1988), *Les Minikeums* (1993-2000), *Bonjour Babar* (1994-1997), *Bunny et tous ses amis* (2001-2008), *Scooby gang* (2004-2008), *Ludo* (2009)

Canal +Ca cartoon (1986-2008), *décode pas Bunny !* (1989-2000), *canaille +* (2003-2012)

Les chaînes de télévisions *La cinq* (1986-1992), *France 5* et *M6* possèdent également dans leur grille de programme des émissions jeunesse, ce à quoi il nous faut ajouter les chaînes qui y sont entièrement consacrées comme *Canal J* créée à l'initiative d'Hachette en 1985 et qui a pour slogan « tous les jours retrouve tes héros » ou *Gulli* apparue en 2005 sur la TNT. Aujourd'hui diffusée sur le câble, le satellite et Internet, *Gulli* s'est internationalisée (*Gulli Afrique*), possède des parcs de jeux dans différentes villes de France, vend des tablettes destinées aux enfants, possède en kiosque un magazine et bien sûr un programme télévisé fourni de grande ampleur. Dans un premier temps projetés dans les cinémas des salles obscures des États-Unis et en Europe, c'est ensuite sur les petits écrans que les cartoons américains ont largement été diffusés dans les foyers. Ils sont diffusés dans des émissions télévisées de jeunesse généralistes (ex : *Les visiteurs du mercredi*, *Croque vacances* ; *Les Minikeums*), dans des émissions télévisées dédiées à un studio en particulier ou à un type de dessin animé (ça cartoon ; Hanna-Barbera *Dingue-Dong* ; *Décode pas Bunny*, *Disney parade*) ou appartiennent aux grilles de programmes de chaînes de

télévision spécialisées (Canal J, Cartoon Network ). L'évolution du dessin animé, c'est aussi l'avènement et l'évolution de la télévision, qui à l'instar de la littérature, la bande dessinée et l'animation a été numérisée,<sup>296</sup> en plus d'être munie d'interfaces de plus en plus poussées et à bien des égards anthropomorphiques.<sup>297</sup>

### 3.1. La production télévisuelle nord-américaine

### 3.2. Le studio Hanna-Barbera

La société Hanna-Barbera production (1957-2001) créée par William Hanna et Joseph Barbera, a produit des séries télévisées et surtout des courts métrages d'animation dont certains devinrent d'immenses succès : Yogi l'ours, Les Pierrafeu et Scoubidou. Une grande quantité de séries est produite pour la télévision selon des techniques d'animation privilégiant la quantité à la qualité. C'est une critique récurrente adressée au studio. Avant Hanna-Barbera, William Hanna et Joseph Barbera avaient créé le fameux duo *Tom et Jerry* pour la MGM. L'ère d'Hanna-Barbera ne s'est pourtant pas consacrée uniquement aux chats et aux souris. Le chien y est un acteur principal comique et anthropomorphe. Dans cette partie, le souci d'être en phase avec les productions d'Hanna-Barbera nous a conduits à faire des économies de style d'écriture.

---

<sup>296</sup> Myriam Montagut-Lobjoit, *La « cybertélévision » ou La télévision à l'heure du numérique* [Les contours sociotechniques d'une transition], Thèse, université Michel de Montaigne Bordeaux III, 2007.

<sup>297</sup> Vo Dong-Bach, *Conception et évaluation de nouvelles techniques d'interaction dans le contexte de la télévision interactive.*, Thèse, Télécom ParisTech, 2013.

Illustration 11



La vedette TV canine bleue *Roquet Belles-oreilles* (magazine)

Le dessin animé *Roquet Belles-oreilles* (1958, 57 épisodes) met en scène un petit chien bleu qui derrière une apparence banale vit un tas d'aventures délirantes dont il se sort toujours. Son nom anglais Huckleberry Hound est une référence à l'œuvre de Mark Twain. *Jappy et Pappy toutou* (1959, 45 épisodes) sont un père chien et son fils. La relation père-fils et l'éducation des enfants sont les situations traitées sous un angle amusant. Dans *Les Jetson* (1962-1963, 1985-1987), il est question d'une famille vivant dans le futur qui vit heureuse avec Astro, le chien maladroit et par conséquent distrayant. Dans *Touché la tortue* (1962-1963, 52 épisodes), le héros à carapace est accompagnée par Dum-Dum, un chien qui complique les situations du fait de sa bêtise.

*Mademoiselle Rose et Charlemagne* (1965, 26 épisodes) met en scène un chien qui servira de précurseur au fameux Diabolo, personnage au rire si caractéristique de *Les Fous du volant*. Ce dessin animé nous présente un chien à double museau : adorable avec Mademoiselle rose, il se montre farceur, surtout face à son ennemi qu'est le bouledogue de la famille voisine. Dans *Les cadets de l'espace* (1966, 20 épisodes), série méconnue en France, le chien qui vit avec quatre enfants dans l'espace, tient une place moins centrale tout en étant présent. C'est exactement le contraire du dessin animé culte *Les fous du volant* (1968, 34 épisodes) dans lequel le terrible pilote Satanas et son comparse le chien Diabolo crèvent l'écran ainsi que les pneus des véhicules des concurrents ! Un an après, dans la nouvelle série *Satanas et Diabolo* (1969, 34 épisodes) le chien peut utiliser sa queue comme une hélice, ceci afin de rattraper un pigeon voyageur. L'évolution de Diabolo se précise avec la création d'un dessin animé attitré (spin-off) qu'est *Diabolo le magnifique* (1969, 17 épisodes).

*Les Harlem Globetrotters* (1970-1971, 21 épisodes), une équipe de basket-ball peu ordinaire a un chien pour mascotte possédant la particularité de parler. *Momo et Ursule* (1975, 32 épisodes) réunit un singe énorme et un petit chien pour des courses poursuites. Dans *Clue Club* (1976, 16 épisodes), deux chiens amusants épaulent des détectives. Une caractéristique est que les chiens ne peuvent communiquer qu'entre eux et pas avec les humains. *Mumbly* (1976, 16 épisodes) qui ressemble trait pour trait au chien Diabolo est un détective. À l'instar d'autres personnages d'Hanna-Barbera, il sera décliné en bande dessinée dans des magazines télévisés. Le chien *Bajou* (1978, 13 épisodes) est un clone amusant de Scoubidou. *Tout doux Dinky* (1978, 14 épisodes) est un chien domestique dont la grande taille provoque catastrophe sur catastrophe. Par la suite, le dessin animé sera adapté en bande dessinée.

*Clodo et Rato* (1981, 16 épisodes) conte les péripéties de chiens vivant dans une décharge continuellement pourchassés par un officier de police. Dans *Georges et Jo* (1981, 16 épisodes), deux frères rêvent de devenir des stars. Malheureusement sans succès ! *Les Biskitts* (1983, 26 épisodes) sont des chiens vivant sur une île. Ils sont chargés de protéger leur roi. Hanna-Barbera Productions a participé à la série *Les poupies* (1983, 43 épisodes) qui conte les aventures de deux chiots d'un naufrage, qui après avoir été secourus, partiront à la recherche de leur ancien « maître ». Le chien de *Foofur* (1987, 38 épisodes) a hérité d'un manoir. Cette vie solitaire et

confortable prend fin, ce qui provoque un peu de nouveauté. Cette série est tirée d'une bande dessinée. Dans *Bêtes comme chien* (1993, 45 épisodes), la surprise n'est pas de taille, il s'agit de chiens stupides qui errent dans la ville au gré de rencontres. Les chiens forment un couple : l'un est petit et bavard, l'autre est grand et sans réaction.

Hanna-Barbera a également mis des chats en scène. Dans *Le pacha* (1961, 30 épisodes), il est question du leader d'une bande de chats de gouttière new-yorkais. Le héros (*The Top cat* en anglais) fit des apparitions dans d'autres séries et fut adapté en comics book dans les années 1970. Le dessin animé *Matou et souriceau* (1964-1966, 23 épisodes) reprend la formule de la course-poursuite entre un chat paysan aspirant à la tranquillité et une souris chahuteuse. C'est encore le cas dans *Karl le trappeur* (1981, 16 épisodes), cette fois-ci entre un chat sauvage se servant de ces griffes acérées et le Ranger du parc national, accompagné de son chien. Enfin, dans *Hong Kong fou fou* (1974, 16 épisodes), un chat soutient son compère humain, un agent secret maladroit.

#### Illustration 12



Une image vide du générique des *Looney Toons* que le monde entier (ou presque) connaît

### 3.3. Les Looney Tunes de la Warner Bros

Qui ne connaît pas Fritz Freleng, Chuck Jones, Robert McKimson ou Tex Avery ? Pour celles et ceux qui ne regardaient pas le générique ou n’y prêtaient aucune attention, reformulons la question ainsi : qui ne connaît pas Bugs Bunny, Daffy Duck, Porky Pig ou Titi et Grosminet ? Lorsque l’on songe aux personnages des *Looney Tunes* de la Warner Bros, contrairement aux studios Hanna-Barbera, le chien et le chat apparaissent davantage en arrière-plan. Les Looney Tunes composent un bestiaire pour le moins conséquent : le lapin Bugs Bunny, le canard Daffy Duck, le cochon Porky pig, le diable de Tazmanie Taz, Pépé le putois, Charlie le coq, « la souris la plus rapide du Mexique » Speedy Gonzales, Bip Bip et le coyote, le souriceau Sniffles, la tortue Cécile la tortue, le puma Pete Puma, Les trois ours, Henry le Faucon mais aussi un kangourou, des rongeurs turbulents, des insectes, des corbeaux, une grenouille, un rat, un hibou, etc.

À l’intérieur de ce bestiaire, les chiens Looney Tunes sont des seconds rôles ou des figurants. On les retrouve en chien de garde, de chasse, en chiens tyrans ou bien en chiots. Il y a *Bernie* qui évolue dans le jardin de la maison où il se fait régulièrement corriger par *Charlie le Coq*. À l’inverse, c’est toujours *Spike* le bouledogue qui triomphe du chat Sylvestre. Pour cela, il fait l’admiration du chiot *Chester*. On retrouve un autre bouledogue avec *Marc Antoine*, qui à la vue d’un chaton passe de la brute au surprotecteur. Quant à *Frisky le chiot*, il se reconnaît à l’entrain manifesté par les battements de sa queue et sa frénésie de mouvement. Il y aussi le chien vert *K-9*, l’assistant avec un casque balai du martien Marvin et bien sûr *Charlie Dog* (Airedale), un chien orphelin à la recherche d’un nouvel humain. Malgré son succès auprès du public, sa série (sans *Porky Pig*) sera abandonnée après deux épisodes. Au final, nous pouvons nous étonner de cette faible représentativité des chiens, notamment parce que la présence de chiens date de la création des Looney Toons avec Bosco et le chien Bruno graphiquement très proche de Mickey et Pluto ou bien *Goopy Geer* qui ressemble à *Dingo* (Goofy). L’aventure avait commencé sous le signe du chien.

Avec le succès de Mickey Mouse et des Silly symphonies de Disney, la Warner décida de produire ses propres séries de dessins animés musicaux en promouvant les chansons de ses sociétés musicales. Les ex



animateurs de Disney, High Harman et Rudolph Ising, amenèrent leur personnage Bosko à la Warner... et les Looney Tunes étaient nés.<sup>298</sup>

Les chats sont surtout un chat : avec sa protubérance nasale de Clown et sa voix zozotante, le Grosminet associé à *Titi* et confronté à *Spike* est le chat par excellence. D'autres chats peuvent être cités tels que le chaton *Pussyfoot* maître de Marc Antoine ou le martyr *Claude le chat* qui ne cesse d'être corrigé.

#### **4. Les « adaptations » : les origines du chien de dessin animé**

##### **4.1. Entre littérature et dessin animé**

Les classiques de Walt Disney (*Les 101 Dalmatiens*, *La Belle et le Clochard*, *Rox et Rouky*) ne constituent pas un cas atypique d'adaptation. Les dessins animés puisent régulièrement l'eau de la source de la littérature. Tout d'abord, l'eau de source de la littérature dite « classique », dont voici des exemples : *Rémi sans famille* (Rittai Anime Ienaki Ko, Japon, 1977, 51 épisodes) adapte en trois dimensions la troupe de chiens du garçon d'Hector Malot. Dans la version japonaise de *Cendrillon* (1996, Japon, 26 épisodes), l'héroïne est soutenue par deux souris, un oiseau et un chien qui connaissent le langage des hommes suite à un enchantement. Le long métrage *L'appel de la forêt* (*kôya no yobigoe* : Horeo Buck ! / *L'appel de l'étendue sauvage* : aboie Buck !, Japon, 1981, 85 min) se différencie des adaptations typiques américaines par la mise en scène des violences subies par le chien, moitié saint-Bernard, moitié colley. *Belle et Sébastien* (Meiken jolie / jolie, chien fidèle, Japon, 1981-1982, 52 épisodes) est quant à lui basé sur le feuilleton télévisé français. À côté de Belle, on trouve un autre chien gaffeur prénommé Poutchi. Nous remarquons que la traduction évacue la présence de Sébastien dans le titre de la série animée pour ne garder

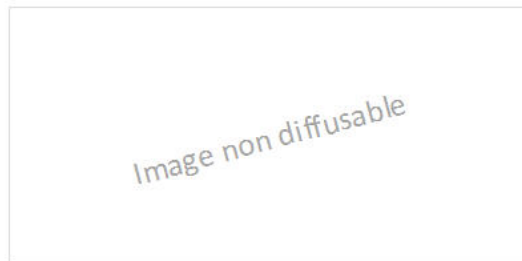
---

<sup>298</sup> Beck, 2003, p. 106-107.

que le chien. Pour conclure, nous citerons *Les contes du chat perché* de Marcel Aymé qui possèdent deux adaptations françaises (1968, 1994) et *Le chat botté* qui en compte également plusieurs dont une au Japon (1969).

Le dessin animé adapte également des œuvres récentes. *Bali* (Fr/Can, 2006, 52 épisodes) est une adaptation de livres (18 albums) destinés aux jeunes enfants. L'histoire est celle de *Bali*, un chien citadin qui découvre la vie. La musique y joue un rôle central. *Caroline et ses amis* (Fr/All, 1993-1994, 52 épisodes) est tiré des albums éponymes à succès. Dans cette série comparable à la célèbre série *Martine* de la littérature de jeunesse, Caroline voyage avec une bande d'animaux (panthère, lion, ourson, etc.) dont un chien et un chat. De plus, il existe des versions « canines » de livres, c'est-à-dire des versions dans lesquelles les personnages humains de littérature deviennent des chiens anthropomorphes : *Sherlock Holmes* ou bien *D'Artagnan et les trois mousquetaires* (Espagne/Japon, 1981, 26 épisodes) dans laquelle Athos est un berger allemand, Porthos un Saint-Bernard et Aramis un cocker. Enfin, la littérature de jeunesse se voit adaptée : *Le club des cinq* d'Enid Blyton possède deux séries de dessins animés (Royaume-Uni, 1978-1979, 26 épisodes) et *Le club des cinq Nouvelles enquêtes* (Fr, 2008, 26 épisodes).

### Illustration 13



*Sherlock Holmes*, la version manga (et canine), (1984)

#### 4.2. Entre bande dessinée et dessin animé

Nous l'avons mentionné au préalable, les exemples fourmillent. Nous citerons de plus le chien *Fred Basset* (GB, 1976, 20 épisodes) très célèbre au Royaume-Uni et la série *Denis la Malice* (Fr/USA, 1985, 78 épisodes) qui est adaptée de Strip humoristiques (1951). *Les aventures de Spot* (GB, 1986, 26 épisodes) est une adaptation d'une bande dessinée de 1978 aujourd'hui traduite en 50 langues et présente dans quelques 100 pays. C'est une série d'éveil dans laquelle le petit chien Spot découvre les joies de la vie. Du côté des chats, le dessin animé *Les entrechats* (Fr/USA, 1984, 86 épisodes) adapté de vignettes humoristiques fut très populaire en France et bien évidemment Garfield.

#### 4.3. Entre cinéma et dessin animé

Des films comportant des animaux acteurs ont été adaptés en dessin animé. C'est le cas du Saint Bernard du film familial à succès *Beethoven* (USA, 1994, 26 épisodes) ou bien d'*Ace Ventura, détective animalier* (USA, 1996, 41 épisodes). Le long métrage animé *Frankweenie* (USA, Royaume-Uni, 2012) de Tim Burton propose une toute autre configuration. Ce film d'animation est une adaptation de son propre film *Frankweenie* (1984), lui-même une version canine du livre *Frankenstein* de Mary Shelley. Ce film d'animation n'est pas sa première œuvre à mettre en scène un chien puisque dans *Noces Funèbres* (2005), une fois passé dans le monde des morts, le héros principal retrouve son chien sous forme de squelette animé.

De plus, le dessin animé parodie le cinéma. Cela se manifeste dans les détournements et clins d'œil et références – la série américaine *Les Simpsons* en est le représentant le plus pérenne<sup>299</sup> et lors de la reprise de scénarios. Dans *The Dogfather* (USA, 1974-1976, 17 épisodes), dernière série destinée aux salles de cinéma, une mafia canine parodie celle du film *Le Parrain* (1972) de Francis Ford Coppola.

---

<sup>299</sup> Les références épisode par épisode de *The Simpsons* sont consultables sur le site Wikipédia.fr.

#### 4.4. Entre jouets et jeux vidéo

Enfin, nous l'avons déjà cité, les dessins animés et les films d'animation adaptent des jouets et des jeux vidéo (Pokémon, super Mario, Sonic, Zelda, etc.)

Illustration 14



Un duel entre un chien (Pokemon) et Pikachu dans le dessin animé *Pokemon*

### III. Le chien entre réalité et animation

Droopy est le plus célèbre chien des dessins animés de Tex Avery (1908-1980) [...] Droopy est célèbre pour son flegme imperturbable et ses expressions : « Vous savez quoi ? Je suis le héros » ; « Hello, joyeux contribuable ! » en début de film ; et surtout « you know what ? I'm happy » qui conclut ses aventures.<sup>300</sup>

#### 1. Quelle vie de chien !

Au regard de l'importance du corpus à étudier, les différents points présentés ci-dessous sont à comprendre comme des pistes de recherche futures. Les caractéristiques premières du chien de dessin animé, quelles sont-elles ? Est-il vraiment le héros du dessin animé ?

La première caractéristique est la présence du chien : qu'il soit sans importance dans le récit, rencontre fortuite, compagnon passif, compagnon actif, co-personnage principal ou personnage unique, c'est sa présence qui indique avant tout son intervention. Nous l'avons vu, le degré d'importance du personnage peut évoluer au cours d'une série : dans ce cas, le chien peut y voler la vedette. Cette évolution peut aboutir à la création d'un dessin animé consacré (spin-off) et à la mise sur le marché de produits dérivés. Nous en arrivons à la deuxième caractéristique qui est la représentation positive du chien : même si les chiens incarnent dans certaines circonstances le danger (chiens de chasse, chiens de garde, chiens errants), cette espèce est généralement bien traitée dans les dessins animés. Les chiens sont des compagnons drôles, fidèles, courageux et utiles des humains, notamment des enfants. Les exemples sont nombreux et variés : dans *Orson et Olivia* (France, 1993-1994, 26 épisodes) le chien Falstaff accompagne les deux orphelins de 10 ans dans les rues de Londres de 1887. Dans le célèbre *Denis la Malice* (Fr/USA, 1985), le chien Plouf participe aux bêtises du garnement avec enthousiasme. Dans *L'oiseau des mers* (France, 1985-86), le chien Friquet embarque sur le bateau avec un petit garçon âgé de 12 ans. Dans *Hector et Victor* (USA, 1959) qui traite de l'histoire des États-Unis, le chien Victor est arrivé en

---

<sup>300</sup> André Demontoy, *Dictionnaire des chiens illustres. À l'usage des maîtres cultivés*, Paris, 2013, p. 188.

cours afin d'accompagner Hector. Dans *Goldie* (USA, 1981), prénom de la jeune fille la plus riche du monde, le chien Nugget la suit dans ses aventures autour du monde. Ce dessin animé reprend de manière très fidèle *Richie Rich* (USA, 1980) dans lequel le chien s'appelle Dollar. Dans *Dilbert* (USA, 1998), Dogbert est un chien qui parle et porte des lunettes. Il vit avec son comparse Dilbert, un ingénieur humain de trente ans qui travaille dans une société de haute technologie. Les chiens endossent également un rôle pédagogique et préventif : dans *Charlotte, Fléo et Benjamin* (France, 1987) destiné aux petits enfants, c'est le chien Fléo qui prévient les enfants des risques et les protège. La troisième caractéristique est la représentation « active » du chien : à l'exception des chiens Grimmy, Snoopy, Rantanplan et du chat Garfield, les chiens et les chats sont actifs, notamment lorsqu'ils incarnent le premier rôle. Il existe des chiens détectives, des chiens policiers, des agents secrets et des personnages canins hors du commun qui cumulent les activités : « Droopy sera tour à tour policier, aventurier, sergent de la police montée, toréador, chien de chasse, candidat à un héritage, athlète, boy scout, amateur de jazz, shérif adjoint et pionnier de la conquête de l'Ouest ».<sup>301</sup> Sur ce point, il est intéressant de constater que ce n'est pas le degré d'indépendance du chien vis-à-vis des humains qui détermine l'activité. En effet, les chiens de compagnie, s'ils ne parcourent pas le globe, investissent leurs mondes : interactions avec les partenaires humains, appropriation de la maison et du jardin, liens sociaux de quartier, aventures quotidiennes, farces et tours, etc. Pour l'animal de compagnie, le langage et la parole – et l'humour qui s'y exprime – prime. Cela signifie que l'action n'est pas uniquement du ressort du mouvement du corps. L'action peut être statique lorsque ce sont surtout les mots qui animent les personnages. Nous en arrivons à la prochaine caractéristique qu'est l'intériorité du chien : actifs, les chiens sont amenés à s'exprimer. Le résultat direct est l'expression des tempéraments et des caractères. Ils se caractérisent surtout par l'idiotie et la bêtise avec Rantanplan, la débrouillardise avec le clochard, la pusillanimité avec Scoubidou, la malpropreté avec Grimmy, etc. Il est ensuite évident qu'un même personnage peut cumuler les traits. De manière générale, l'éventail de l'intériorité des chiens, inégal selon les dessins animés, est conséquent : les chiens et chats sont dotés de la capacité d'être drôles, farceurs, enjoués, indépendants, violents, bagarreurs, solidaires, peureux, protecteurs, entreprenants, perspicaces, réactifs, intelligents, amicaux, amoureux, rêveurs, philosophes, revendicateurs, dépressifs, etc. Les chiens ne sont pas des

---

<sup>301</sup> *Id.*, *Dictionnaire des chiens illustres. À l'usage des maîtres cultivés*, Paris, 2012, p. 188.

idéaux. Cible de régulières critiques, l'anthropomorphisme qui y est fortement représenté à plusieurs degrés (station verticale, langage humain, etc.) est associé, c'est tout du moins notre constat, à la caninisation. Les chiens ne sont jamais limités à un rôle de ventriloque. D'une part, parce qu'ils mettent en scène, ne serait-ce qu'à un infime pourcentage, un versant canin. Le meilleur exemple demeure Lady, l'héroïne de *La Belle et le Clochard* qui, à l'image des héroïnes canines est elle aussi déterminée et condamnée par la passivité. Néanmoins, dans une des scènes les plus dynamiques, c'est à travers ses yeux que le téléspectateur vit la scène, une vision encore anthropomorphisée, certes : car l'escalier de la maison est présenté à hauteur de chien, l'action nous place dans sa tête. D'autre part, il nous suffit de changer le postulat de départ, c'est-à-dire de détourner les procédés de l'anthropomorphisation pour élargir la compréhension des passages entre humains et animaux, car si l'on donne un langage aux chiens, on délivre aux humains une race, une truffe et une peau de chien. Le plus souvent, c'est au service de l'humour.

L'association du chien à l'humour : le chien permet très souvent l'introduction dans un dessin animé d'un élément comique. Pour remplir ce rôle, le chien sera loufoque, maladroit, imbécile ou corporellement comique (jeu sur la taille, les proportions). Dans certains cas, le corps du chien exprime son comportement, selon des modèles hérités en partie du cinéma (le leader de petite taille associé au grand costaud un peu simplet). Les voix des personnages contribuent également à renforcer l'humour : la voix de Scoubidou est à ce titre exemplaire ! Le chien est également associé à la violence. Un des aspects les plus remarquables et inattendus des dessins animés et autres animations est le lien entre l'humour et la violence dont les cartoons américains constituent l'aboutissement. Les règlements de compte dont les chiens (mais pas uniquement) sont les victimes constituent l'épicentre du scénario. Outre la violence psychologique, le recours à une forte violence physique dans les gags (utilisation de bâton, d'enclume, de dynamite, etc.) est à signaler puisqu'elle marque, pas tant l'absence de violence dans le dessin animé, mais sa mise en scène spécifique. Cette violence, le corps meurtri le montre par le jeu sur les proportions (la taille des bosses, des ecchymoses et bandages) à l'instar de la caricature et par la tristesse (les pleurs, l'anéantissement). À côté des cartoons bagarreurs, on retrouve d'autres expressions de la violence. C'est l'abandon des animaux : il sert d'événement déclencheur du scénario dans les longs métrages *La Belle et le Clochard* (1955), *Les Aristochats* (1970) ou dans *Le septième petit frère* (Hongrie/ All/USA, 1994). Ici, il faut ajouter que l'abandon est le thème d'épisodes dans

plusieurs séries, que ce soit sous la forme d'un abandon ou sous la forme de la crainte du chien d'être abandonné. En rapport à l'abandon et au vagabondage, le service de ramassage des chiens errants ainsi que les lieux d'internement sont fortement représentés dans des dessins animés (ex : *Beethoven*, USA, 1994, épisode 6 : la fourrière). Ces services sont incarnés par des hommes laids, stupides et très violents. Symbolisant le danger, ce recours permet aussi d'introduire dans les scénarios des scènes de courses-poursuites, soit de l'intensité et de l'action. Le danger de la mise à mort semble moins prendre en considération les euthanasies douces effectuées par les vétérinaires. D'autres types de violences sont les mauvais traitements, l'exploitation du corps même du chien – c'est Cruella désirant se confectionner un manteau de dalmatiens – ou l'expérimentation animale. Sous un angle culturel, au Japon, les mises en scène des violences semblent plus acceptées. Dans la version nipponne de *L'appel de la forêt* (1981), les violences exercées sur Buck ne sont pas dissimulées. Dans *Un chien des Flandres* (1992, 26 épisodes) qui est une adaptation du roman « a dog of Flanders and others stories » (1872), c'est la mort du chien et de l'enfant qui fut montrée. Cet épisode fut censuré en France avant d'être diffusé sur une chaîne câblée. En rapport à la violence faite aux chats, il ne faudrait pas omettre le long-métrage allemand *Felidae* (1994, 78 min) dans lequel il est question d'expérimentation et d'une secte de chats. Néanmoins, ce type de scénario demeure marginal.

Les relations interespèces : les relations entre les chiens et les autres espèces sont à analyser dans le détail si bien qu'il nous est difficile de les catégoriser. Néanmoins, des hypothèses sont à émettre. Dans les liens des chiens aux humains, c'est le lien avec l'enfant qui est privilégié. Dans certaines configurations, le chien « remplace » l'enfant. Ici, le chien est un(e) enfant non dissimulé(e). D'autres configurations différencient les espèces humaines et canines. Nous l'avons dit, si des dessins animés présentent des rapports à tendance égalitaire (Snoopy, Grimmy, Cubitus, Garfield, Boule et Bill), le chien peut se voir limité à un rôle participatif, voire à un rôle de figuration. De manière générale, les chiens accompagnent les humains lors de quêtes, de voyages ou de défis quotidiens dans de nombreuses séries et dessins animés long-métrages. Cette présence qui oscille entre figuration et participation, même si elle décline les animaux, ne doit pas être sous-estimée. En effet, l'acte de présence d'un figurant ou d'un accompagnateur montre la normalité de leur existence au côté des personnages humains. Ainsi, c'est encore sous les traits de la discrétion que le chien et le chat accompagnent et agissent. Enfin, dans les séries de dessins



animés japonais de type *Magical Girls* (ex : *Lun Lun l'enfant des fleurs*, Japon, 1979-1980, 50 épisodes), les chats semblent plus présents que les chiens. Le rapprochement entre le chat et la magie perdue par l'art du dessin animé.

Ensuite, après les humains, c'est surtout le couple chien-chat que les dessins animés mettent en images. Faire du chat l'ennemi juré du chien est une dualité scénaristique constamment reprise. Qui mieux qu'un Batchat pour contrecarrer les superpouvoirs de Krypto le Superdog ! C'est un canon scénaristique répandu qui au-delà de l'opposition qu'il propose – source scénaristique de course-poursuite, de coups de poing distribués et de disputes en avalanche – dépasse ce conflit en proposant des amitiés ou ententes interespèces. Nous pensons à l'incorrigible couple *Pif et Hercule* (France, 1989, 130 épisodes) ou dans un registre moins comique, aux longs-métrages de Disney *Oliver et compagnie* et *Volt, Star malgré lui*. Le synopsis du dessin animé *Michat-michien* (Catdog, USA, 1998, 134 épisodes) illustre l'intensité de la relation :

Chat et Chien sont deux acolytes inséparables. Et c'est peu dire ! En effet tous les deux partagent le même corps depuis leur naissance. Et malgré le fait qu'ils soient les meilleurs amis du monde, ils s'entendent comme chiens et chats ! Ce que Chien aime, Chat déteste, et inversement. Chien est plutôt impulsif, adore se nourrir de débris et écouter du rock... alors que Chat est réfléchi et calme. Ils vivent dans une maison qui a une forme à moitié d'os et à moitié de poisson qu'ils partagent avec Souriceau qui leur cause mille misères, tout comme Lapin leur en fait vivre à l'extérieur. Chat et Chien partagent ensemble – forcément ! – des aventures palpitantes et farfelues avec une bonne dose de dispute et bien sûr de réconciliation...<sup>302</sup>

Dans l'ensemble, les relations interespèces sont une caractéristique première du dessin animé. Le chien se voit par exemple associé au loup, notamment dans le passage entre le domestique et le sauvage. Dans le cas du flegmatique chien Droopy créé en 1943 par Tex Avery, derrière la sexualité expressive de son adversaire le loup se manifeste une opposition entre le civilisé (la contenance) et le sauvage. D'autres configurations existent, par exemple lorsque le chien et le loup ne sont pas clairement identifiés et distingués (ex : *Wolf's rain*, Japon, 2003, 30 épisodes) – seule une morphologie canine apparentée rend envisageable cette indétermination – ou lorsqu'ils sont adversaires. À cela, les scénarios de dessin animé proposent des associations les plus variées qui associent le chien aux robots, aux martiens, aux singes, aux cochons, etc. Mais la relation la plus essentielle est celle entre le chien de fiction et le chien réel. Par la densité qualitative et

---

<sup>302</sup> Extrait de la fiche de *Michat-michien* sur [www.planetejeunesse.com](http://www.planetejeunesse.com).

quantitative de l'animation à un niveau international, cet art de l'animation du dessin questionne le chercheur. La créativité graphique et scénaristique, si elle s'écarte des chiens vivants, demeure en étroite relation. La représentation de races canines et félines réelles le démontre. Cette représentation peut être accompagnée de l'identité sociale de la race canine, par exemple, lorsque le caniche est présenté comme un chien de concours de beauté (*Oliver et compagnie*, *Les rebelles de la forêt*, *Rox et Rouky 2*, etc.). Dans certains cas, certes plus rares, un handicap d'une race est accentué. C'est le cas de la bave envahissante et incontrôlable du bouledogue du film d'animation *Rio*. Le registre est comique mais il témoigne clairement des conséquences désastreuses de difformités anatomiques des races sur la bonne santé des chiens. Dans le long-métrage *Rox et Rouky* (1981), c'est la race du chien qui le condamne à la chasse, une situation comparable à celle des chiens de traîneau.

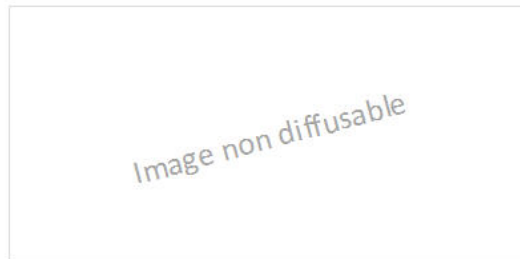
Le rire que provoquent les chiens de l'animation ne représente qu'un pendant des contenus. Le tragique en fait également partie, que ce soit celle d'un chien de chasse ou celle d'un pauvre animal de compagnie.

## 2. Études de cas : *Family dog*, *La belle et le clochard 2* et *Pluto*

### 2.1. Le chien dénigré : *Family dog*

Série avortée après seulement dix épisodes réalisés, *Family dog* est un dessin animé (USA/Can, 1993) associé aux grands noms de l'animation et du cinéma : Brad Bird (*Les Simpsons*) est son auteur, Steven Spielberg et Tim Burton sont deux des trois producteurs exécutifs. *Family dog* sera diffusé en France sur la chaîne publique France 2 en 1994, 1995 et 1997. Ce dessin animé assez sinistre met en scène la perspective du chien de la famille<sup>303</sup>. L'histoire de *Family dog* se situe aux États-Unis de cette fin de XXe siècle.

#### Illustration 13



Le jeu vidéo *Family dog* (Super Nintendo, 1992)

Le chien est le chien unique de la famille Binford composée de quatre humains. La mère, un brin psychotique est la personne la plus gentille envers le héros. Le père, qui se voit obligé par sa femme de sortir le chien est plutôt inactif, paresseux et idiot. Son interaction principale avec le

---

<sup>303</sup> L'intégralité de la série *Family dog* a été visionnée sur Youtube.

héros canin est langagière : il ne cesse de répéter « stupid dog ». La jeune fille de la famille qui est très jeune est hypnotisée par sa peluche et les programmes télévisés. Quant au garçon, légèrement plus âgé, la laideur de son visage et ses expressions sont conformes à ses actes vis-à-vis du chien : sournois et méchant. Cette sinistre famille habite dans un pavillon familial avec un garage doté du confort moderne. Le chien possède une corbeille dans la buanderie à côté de la machine à laver. Sa niche est située dans le jardin qui lui, se définit par sa stérilité : une pelouse rasée, un arbre, quelques buissons et une haute barrière en bois. En face du pavillon, la famille idéale type des Mahomeys représente leur contraire. Cette famille idéale possède un chien de race, grand, fort et doux avec les enfants. Courte, la série est riche en significations, le scénario consistant à montrer la perspective du chien. Ce dernier ne parle pas et aucune voix-off témoigne de ses pensées. C'est donc à travers l'image de ses actes et pensées qu'il se présente au téléspectateur. Afin de détailler son quotidien, nous nous baserons sur plusieurs épisodes.

Dans l'épisode *Show dog*, malgré la température étouffante, les gamelles d'eau du chien restent désespérément vides. Toutes les tentatives du chien – tentatives isolées (courir à toute vitesse sur la fontaine d'eau) et tentatives communicationnelles (faire tomber bruyamment sa gamelle devant la mère de famille buvant à table) – resteront sans succès. Alors que la famille se désaltère à longueur de temps de différentes manières, personne ne comprend que le chien n'a rien à boire. Après que la fille a regardé un concours canin à la télévision, c'est au concours canin que le chien qui ne correspond pas du tout à des critères de race gagne la dernière place et détruit le trophée : une sculpture en glace qui lui permet de boire de l'eau ! L'épisode se conclut par la scène de départ en voiture. Le chien, le ventre rempli d'eau veut sortir pour uriner mais les parents s'en désintéressent. Dans l'épisode *Hot dog at the zoo*, le chien dévoile son héroïsme. Il retrouve l'alliance de mariage du père de famille et sauve la petite fille de la cage d'une panthère et attaque un ours – une mise en scène des aventures de son héros télévisé Lassie (cette scène rappelle la passion des chiots pour leur héros dans *Les 101 dalmatiens*). Dans l'épisode *Doggone girl is mine*, il tombe éperdument amoureux d'une chienne du quartier. Bloqué corporellement par la barrière du jardin, il se manifeste auprès de la famille pour sortir de la maison. Après une furtive rencontre avec la chienne, les laisses les sépareront. Leur insistance ne résoudra rien, les deux chiens se verront traînés sur le sol par des propriétaires indifférents. Par la suite, le héros trouvera le moyen de s'enfuir de la maison et de lui amener un os en cadeau. Malheureusement,

parce que son propriétaire déménage, la chienne quitte le quartier. Notre héros est désespéré et seul. Alors que l'épisode *Enemy dog* se consacre à la confrontation avec le chien du voisin, l'épisode *Call of the wild* traite des chiens errants de la ville. Attiré par la « vie sauvage », le héros arrive à les rejoindre. Après le passage d'épreuves (ex : traverser une grande route, pouvoir se sauver), il sera attrapé par la fourrière. Son collier lui servira de reconnaissance. Dans *Dog days of summer*, notre famille passe une journée à la plage. D'abord refusé, le chien, avec l'aide de la mère de famille recevra l'autorisation de se joindre au départ. Il sera la victime d'un chien molosse : sa tête entière sera coincée à l'intérieur de la gueule avant d'être délivrée par un vétérinaire. Dans *Party animal*, alors que le chien tente de prévenir les parents qu'un incendie se déclenche dans la maison, il y sera oublié – la mère voulait surtout sauver la moquette – avant que le père s'en aperçoive. C'est un pompier qui lui interdira l'entrée dans la maison en feu. Nous terminons avec *Family Dog Gets good and Sicks*, dans lequel la vue d'un chien écrasé le rendit peureux et très anxieux.

Ce dessin animé est exemplaire pour diverses raisons. Tout d'abord parce qu'il est centré sur le chien de compagnie. Cela se concrétise par un cadrage différent, c'est-à-dire « adapté » au chien: dans certains cas, la caméra s'arrête au niveau des genoux des humains, ce qui permet de mieux suivre le héros, comme lorsqu'il ramasse la nourriture que les invités lui jettent sur la moquette. À d'autres moments plus rares, la caméra prend sa vue pour base. C'est le cas lorsqu'au réveil brutal, on aperçoit comme posé sur le sol, la tête des deux enfants. En plus du cadrage et du mouvement de caméra, le dessin animé est centré sur ses agissements, qu'il soit seul ou avec les autres personnages. Le chien est l'épicentre. Ce choix s'annonce d'autant plus judicieux que la réalité présentée n'est pas édulcorée, bien au contraire. Les incompréhensions entre le héros et les humains sont diverses et régulières. Plusieurs cas de figure sont présents : la famille se montrera totalement indifférente alors qu'elle comprend ce dont le chien a envie ou besoin (la famille est dans la voiture, le chien doit sortir pour uriner. Aucune réaction si ce n'est le rire moqueur). La famille ne comprend nullement les diverses demandes du chien – les aboiements se verront critiqués et ridiculisés ; les actes de prévention ou d'alerte sont incompris – si bien qu'il doit s'astreindre à communiquer avant d'être puni dans la majorité des cas. Cette violence, notons-le, ne consiste pas à battre le héros. La violence est principalement psychologique. Ce qui ressort le plus est que la famille ne partage en rien le monde du chien et son point de vue. Elle y est assez

indifférente : la corbeille du chien est située à côté de la machine à laver, une bénédiction pour l'odorat du chien ! Les sorties avec lui, le fait de passer du temps avec lui ou de le nourrir (avec une boîte de pâté pour chiens informe) sont vécues comme des corvées. L'indifférence atteint son comble lors de l'incendie de la maison : alors qu'ils sauvent des meubles, le chien est oublié à l'intérieur.

Le deuxième point est que cette perspective tente de rendre compte du chien de l'intérieur. Le héros, à côté de ses actes maladroits est un chien entreprenant. Il est attentif et réactif : il observe souvent les actions et gestes de la famille lorsqu'il en a besoin pour résoudre un problème. Il prend des décisions et arrive dans quelques circonstances à imposer ses choix. Sa vie intérieure est mise en scène. Le chien rêve (escapade, la chienne) et la nuit, il lui arrive de voir ses parents morts sous forme de fantôme et de les rejoindre dans le ciel étoilé. Le chien réagit à la mort. Il est apeuré à la vue d'un chien écrasé dans son quartier. Sa réaction à la vue de cadavres encore frais sera développée dans un épisode entier : multiplication des sources de peur, impossibilité de dormir, etc.). Dans un autre épisode, alors qu'il se noie, c'est sa vie passée qui défile dans sa tête (il se voit aux mamelles de sa mère, à la vente dans une animalerie lors d'une promotion de Noël, le refuge et son adoption). Le chien est amoureux. Il en subit la foudre : la joie de l'être, le plaisir intense des retrouvailles, l'attente lors de séparations, etc. Une manière dont le dessin animé explicite cette intériorité est le parallèle entre le monde extérieur du chien et sa vie intérieure : les événements l'influencent et il les influence à son tour. D'ailleurs, dans *Family dog*, le lien entre le chien et la famille humaine, bien que faible et déséquilibré, n'est jamais rompu.

## **2.2. Le chien de la belle et le clochard 2 : Scamp**

Avant de commencer, un court rappel sur *La Belle et le clochard* est nécessaire. L'utilisation d'un modèle vivant est une règle de l'animation Disney. Le charismatique *Clochard* est inspiré d'un chien errant vu une nuit par un scénariste et retrouvé à la fourrière quelques heures avant son euthanasie. C'est cet animal rescapé qui servira de modèle. Des modifications seront effectuées,

par exemple, le sexe du chien : le chien de la fourrière était une femelle corniaud. Quant à Lady qui devient Belle dans la version française, c'est la chienne Blondie d'un réalisateur qui servit de modèle parce que l'on jugeait ses caractéristiques féminines. Ainsi, si Disney avait calqué l'histoire d'amour sur la conformité des deux modèles vivants, c'est d'un amour homosexuel dont il aurait été question. Un autre élément est que ce long-métrage s'inspire lui aussi d'une oeuvre littéraire : la nouvelle *Happy Dan the Whisting dog* (1936) de Ward Greene. Ensuite, à propos de la fourrière, l'autre scène principale du dessin animé avec celle du dîner italien à la chandelle, sa condamnation est à signaler dès les années 1920. En 1924, dans *Alice and the Dog Catcher*, une jeune fille tentait de libérer d'un chenil des chiens animés (l'actrice vivante Alice se trouve dans l'espace animé du cartoon) et des chiens réels des rues lorsqu'Alice et ses petits camarades sont dans un espace cinématographique. Nous notons que dans le cartoon, le chenil est figuré par une prison. Sans même parler de récurrence, la régularité des thèmes est à signaler.

Sa suite intitulée *La belle et le clochard 2 : l'appel de la rue*, sortie directement en vidéo en 2001, reprend exactement là où s'était arrêté le premier long-métrage. Elle raconte l'histoire de Scamp (*filou* en anglais) qui est le seul chiot mâle de Lady et Clochard. Scamp est une réplique voire un clonage physique et comportemental du père. Il diffère radicalement de ses trois soeurs prénommées Prudence, Constance et Clémence qui sont transparentes, à l'image de leur mère « La belle ». Cette passivité transparaît d'ailleurs très clairement dans le titre original *Lady and the Tramp II : Scamp's Adventure*. Après le sexisme reproduit sur les chiens, le deuxième aspect notoire est que l'origine du personnage de Scamp émergea non pas par le dessin animé mais au sein de la bande dessinée :

À la suite du Grand Classique, Scamp est apparu dans de nombreuses histoires de bandes dessinées Disney et a même eu le droit à sa propre série, publiée dans des journaux de 1955 à 1988. C'est dans une version bande dessinée de *La Belle et le Clochard* publiée en 1955 que son nom de code interne aux studios est mentionné pour la première fois [...].<sup>304</sup>

Le troisième aspect est la reconduite de l'histoire de base et son renversement : opposé à son illustre père et à sa vie de chien domestique bourgeoise faite de règles, d'ordre, de discipline et d'hygiène, *Scamp* recherche la liberté. Deux scènes du film sont éclairantes : dans la première,

---

<sup>304</sup> Le portrait de Scamp sur : <http://personnages-disney.com/Page%20Scamp.html>.

*Scamp* remet son corps de chien en question en posant la question de l'existence de ses dents et ses griffes, s'il ne peut s'en servir. Dans la seconde, la confrontation imagée entre la liberté et la maison est traitée comme une nette opposition entre la nature sauvage représentée par des images d'espace, de forêt, de montagne, de course et le confinement absolu de son domicile symbolisé par le jardin de la maison familiale. Le scénario est le suivant : Scamp s'évadera pour se joindre à un groupe de chiens de rue, un acte comparable à celui de *Family dog*. C'est au sein de cette bande de chiens « sans colliers » dirigée par un doberman, une ancienne connaissance de son père, qu'il évoluera avant de tomber amoureux d'une chienne. Cette dernière, soumise aux tendances domestiques de son sexe est évidemment le seul chien du groupe rêvant d'avoir un foyer. Nous remarquons ici qu'entre 1955 et 2001, les représentations Disney du féminin jouent également le jeu de la nostalgie à défaut d'une réalité en mouvement. Une fois arrêté par la fourrière, le père de Scamp, alerté par cette chienne, le sauvera et le reconduira à la maison. À l'image de la famille américaine modèle des années 1960 harmonieusement réunie devant le poste de télévision (les 101 dalmatiens), les chiens de Disney portent en eux la valeur de la famille. C'est ce que symbolise le collier de Scamp. Alors qu'au début du dessin animé, l'acte de la séparation de son collier de chien scelle symboliquement son appartenance à la bande de chiens des rues, à la fin du film, c'est Scamp qui, volontairement et seul, récupérera son collier et s'en s'habillera ! Dans le film de 1955, c'est le collier qui sauva (involontairement) Lady de la fourrière, dans le deuxième film, le collier scellera l'appartenance de son fils Scamp à son foyer, sa volonté et son acceptation. Si ce schéma social du mâle de la rue et de la femelle bourgeoise qui se séduisent et optent pour la vie en foyer est valable dans l'animation, il se retrouve aujourd'hui dans des films de cinéma de Disney. Par exemple, dans le film *Le chihuahua de Beverly Hills* (2009) de Walt Disney Pictures dont voici le scénario :

Chloé, une chihuahua de Beverly Hills, portant un collier de diamants et chaussée de délicates petites bottes, adore tant sa vie de luxe qu'elle remarque à peine Papi, un chihuahua aux allures mâles, complètement fou de cette petite chienne bichonnée. Mais lorsque Chloé se perd dans les rues malfamées de Mexico et ne peut compter que sur un berger allemand dégourdi pour l'aider à retourner chez elle, Papi file vers la frontière sud, fait alliance avec une équipe disparate composée de deux humains, d'un rat rusé et d'une iguane nerveuse, afin de voler au secours de son véritable amour.<sup>305</sup>

---

<sup>305</sup>Tiré du site officiel <http://www.disney.fr/FilmsDisney/chihuahua/> consulté le 11/09/2013.



La transposition de la belle et le clochard pourrait s'arrêter là, sauf que, et c'est un concours de circonstance troublant, alors que Clochard était un(e) chien(ne) errant(e) retrouvé(e) peu de temps avant son euthanasie, le héros du présent film fut lui aussi trouvé dans un refuge et sauvé peu avant la mort programmée. Le scénariste raconte :

Quand nous avons vu sa photo sur Internet, nous avons appelé le refuge. Il était encore là mais comme personne ne voulait de lui, il devait être piqué dans les heures ou les jours à venir. J'ai immédiatement sauté dans ma voiture, mais je suis arrivé tard dans la soirée et le refuge était déjà fermé. Comme cela faisait très longtemps que nous cherchions un chien comme lui, j'ai attendu toute la nuit sur le parking que le refuge rouvre ses portes, et au petit matin j'ai finalement adopté Rusco. Maintenant il vit avec moi.<sup>306</sup>

D'un point de vue plus général, ce film regroupe les aspects traités dans la partie suivante de la recherche portant sur le cinéma. La présence de nombreux animaux vivants, de dresseurs, de doublures pour les acteurs canins, la co-construction entre l'acteur chien (le chien acteur) et l'acteur voix (la personne qui lui prête sa voix), la célébrité des voix animales principales (ex : l'actrice américaine Drew Barrymore) ainsi que l'utilisation d'images de synthèse :

Manuel le rat et Chico l'iguane, sont les deux seuls personnages du film à avoir été entièrement créés par ordinateur. Pour donner l'illusion que les animaux parlent, leurs museaux ont été remplacés à l'image par des répliques virtuelles qu'ils pouvaient animer. Leurs lèvres, leurs langues ont été animées comme s'ils parlaient. Mais leurs yeux et leurs sourcils ont été également retouchés, pour faire regarder de côté, écarquiller les yeux, avoir l'air triste ou joyeux. Pour certaines scènes d'action, des doublures virtuelles ont été utilisées.<sup>307</sup>

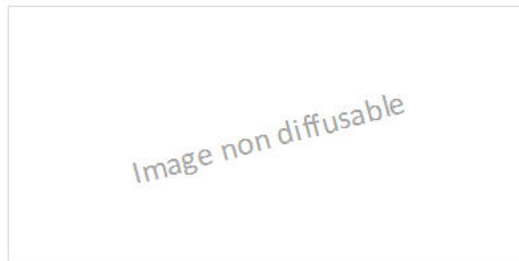
De *La Belle et le Clochard* (1955) aux trois films *Le chihuahua de Beverly Hills – Le chihuahua de Beverly Hills* (2009) qui rapporta la somme de 95 millions de dollars au box-office américain, *Le chihuahua de Beverly Hills 2 : La famille s'agrandit* (2011) et *Le chihuahua de Beverly Hills 3, viva la Fiesta* (2012) sortis directement en vidéo, DVD et BlueRay – soumettre l'hypothèse que le chien vivant réel est une continuité partielle de celui du dessin animé devient plausible.

---

<sup>306</sup> Une anecdote du film sur <http://www.allocine.fr/film/fichefilm-127951/secrets-tournage/> consulté le 11/09/2013.

<sup>307</sup> Une anecdote du film sur <http://www.allocine.fr/film/fichefilm-127951/secrets-tournage/> consulté le 11/09/2013.

Illustration 14



Une histoire apparentée à celle de *La belle et le clochard* : le film *Le chihuahua de Beverly Hills* (2008)

### 2.3. Le chien de Walt Disney : Pluto

Désormais, avec la mondialisation des créations Disney, ces personnages antithétiques – Goofy’s Rover, le vagabond et Pluto’s Fido, le fidèle – évoquent des sentiments forts envers les chiens, mais incarnent également l’évolution de la perception des différences culturelles, qui influencent les relations aux autres et aux animaux.(...) Dingo et Pluto pourraient constituer les chefs de file des personnages canins populaires, mais ils ne reflètent ni n’inspirent simplement une hiérarchie stable des différences sociales. Ils induisent même fréquemment une critique des rapports sociaux.<sup>308</sup>

Alors que Disney se plaît à faire parler les chiens réels et les chiens fictifs – une autre preuve est la nouvelle série *Doggyblog* (2012) – Pluto, dont des sources attribuent le nom à la découverte en

---

<sup>308</sup> Susan McHugh, *Des Hommes et des ... Chiens*, Lonay, 2005, p. 10.

1930 de Pluton, est l'exception canine au sein de cette foule de chiens bavards. Pluto, c'est le chien réel muet qui à lui seul mérite bien son nom de planète.<sup>309</sup>

Du côté de la bande dessinée, Pluto porte de l'Idéfix en lui : à l'instar de l'ami d'Obélix, il est un chien vagabond attiré par un individu possédant un délice convoité : Idéfix suivra Astérix qui tient une saucisse, Pluto suivra Mickey qui vient d'acheter une énorme glace.<sup>310</sup> Pluto a du Milou en lui. Tout d'abord, il boit de l'alcool avec excès, et ce, lorsqu'il est sauvé par le Saint-Bernard Bolivar (dans *Alpine Climbers*, 1936) ou lorsqu'il glisse malencontreusement sur le sol (dans *Les quintuplés de Pluto*, 1937). Ensuite, comme Milou, il est lui aussi tiraillé entre un ange et un démon parlants sortis de sa tête dans *Mickey's Pal Pluto* (1933) qui sera réadapté plus tard avec *Lend a Paw* en 1941 dès lors dédié à la fondation Tailwagger qui est une association new yorkaise affiliée à l'Animal Protection and Welfare Society, équivalente de notre SPA. Pluto a également du Bill de Roba en lui lorsqu'il manie ses oreilles comme des mains humaines ou des hélices d'hélicoptère ou bien lorsqu'il s'installe sur le fauteuil du salon avec Figaro dans *Cat Nap Pluto* (1948). À propos de Figaro, si les chats ont souvent été placés du côté des méchants chez Disney, la présence de chatons attendrissants à sauver et à aimer est régulière dans les premiers cartoons avec *Pluto*.

Si la véritable naissance de *Pluto* demeure controversée – apparaît-il dans le court-métrage *The Chain Gang* (1930) sous la forme d'un couple de chiens ou individuellement dans *The Picnic* (1930)? – sa bonhomie, son bon caractère, sa sympathie et son aisance physique sont unanimes ! Excepté chasser et pêcher – il est aussi bien un médiocre chien de chasse dans *Mickey Mouse, The Moose Hunt* (1931) et dans *The Duck Hunt* (1933) qu'un piètre chien de pêche dans *Fishin' around* (1931) – *Pluto* possède une panoplie illimitée de mouvements et d'expressions, ce qui, techniquement, s'explique par le fait qu'il fut directement conçu en trois dimensions lors de son animation. Les résultats sont à la mesure de sa création : Pluto peut servir le café dans une tasse et donner deux morceaux de sucre à Mickey (*Gentleman's Gentlemen*, 1941); il peut aisément imiter d'autres animaux (*The Army Mascott*, 1941); il mâche des chewing-gums et fait ses bulles (*Gentleman's Gentlemen*, 1941); il utilise ses oreilles comme antennes (*The sleepwalker*, 1941)

---

<sup>309</sup> L'intégralité des cartoons de Pluto a été visionnée sur Youtube. (52 cartoons)

<sup>310</sup> Cette apparition est consultable sur <http://www.duckipedia.de/index.php5?title=Pluto> consulté le 14.09.2013.

ou sa queue comme aiguille de tourne-disque afin de séduire les chiennes du quartier (*Pluto's Blue Note*, 1947), etc.

À y regarder de plus près, le compagnon de Mickey mène une vraie vie de chien du XXe siècle : il fut chien de garde (*Camp Dog*, 1945), chien soldat (*Private Pluto*, 1943), chien de berger (*Sheep Dog*, 1949), chien mascotte (*The Army Mascott*, 1941), chien postier (*Pluto postier*, 1947), chien livreur de lait (*In Dutch*, 1946), chien de secours (*Rescue dog*, 1947), chien de cirque dans un terrain vague (*Wonder Dog*, 1950) ou encore chien détective avant l'apogée du grand Scooby-doo (*The Purloined Pup*, 1946). Pluto a fait du patin à glace (*On ice*, 1935), il regarde une publicité à la télévision (*Cold Turkey*, 1951), il écoute la radio (*Pluto's Blue note*, 1947), il part en voiture au bord de la mer avec Donald (*Beach Picnic*, 1939) ou avec Mickey au Mexique pour faire un peu de tourisme, il va même au zoo (*Pluto at the Zoo*, 1942). Il est vrai que sa vie de chien n'est pas toujours facile, et n'est facilitée par ses compagnons et ennemis : le chat Figaro, le canard *Donald*, les écureuils *Tic et Tac*, son voisin *Butch* le bouledogue qui est à rapprocher de Pat Hibulaire le chat, l'agent de la fourrière municipale qui capture son amour *Dachsie*, et que dire justement de Pat-hibulaire qui lors d'un trafic de chien enlève sa première dulcinée Fifi qui est la chienne de Minnie (*The Dognapper*, 1934), ou tente de le tuer (*The Mad dog*, 1931). Agent de la fourrière armé, il court dans la ville après Pluto qui s'échappe la gueule pleine de bave – il vient d'avalier le savon en s'échappant du bain que lui donnait Mickey ! –, et fuit la population qui le pourchasse. Pluto se verra aussi être la cible d'un savant fou qui veut l'hybrider avec une poule afin de créer une nouvelle espèce (*The Mad doctor*, 1933). À la fin, Mickey se réveillera de ce cauchemar – Mickey rêve donc de son chien ! – et l'appellera de vive voix : Pluto surgira par la fenêtre, encore attaché à sa niche par une chaîne. À notre connaissance, excepté dans le cartoon *Plutopia* (1951), c'est l'unique fois que Pluto sera attaché.

Par certains aspects, Pluto procède de la caricature canine : en ce qui concerne son intention et sa motivation première qui est de manger, on se demande bien de quoi il se nourrit en dehors d'os et de saucisses. C'est le fil conducteur d'un grand nombre d'histoires ! Néanmoins, et c'est très frappant, Pluto est un chien grandement intelligent. Il s'adapte vite aux situations inédites et met en place des stratégies efficaces. Son aisance est d'autant plus remarquable qu'il évolue quasiment toujours seul. Par-là, c'est bien son statut d'animal de compagnie qui est à interroger.

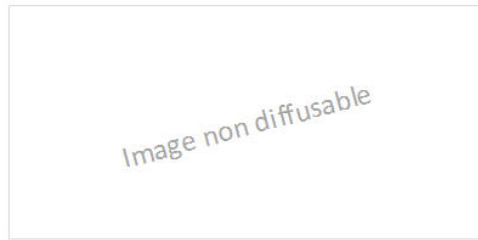
Après avoir évolué à ses débuts avec Mickey et dans une moindre mesure avec *Donald*, c'est seulement qu'il vit ses aventures à partir de 1932, ceci avant d'avoir sa propre série entre 1937 et 1953. Son rattachement à Mickey et à Minnie est toutefois rappelé lors de quelques épisodes. Évidemment, son environnement direct évoluera au cours des années, l'arrivée de nouveaux réalisateurs ayant un impact. L'espace en tant que grande ville apparaît fin des années 1940, début 1950. Ce sont des gratte-ciels que l'on voit en fond dans *Pluto's Heart Throb* (1950).

En ce qui concerne sa race, Pluto est un chien de Saint-Hubert comme les affectionnaient les studios Disney : on pense à Pataud (*Cendrillon*, 1950), César (*La Belle et le Clochard*, 1955), Napoléon (*Les aristochats*, 1970) et Rouky (*Rox et Rouky*, 1981). Il nous semble que Pluto, outre cette filiation qui le fait avancer truffe au sol, est le plus grand chien réel de Disney. Il regroupe en lui des vies de chiens du XXe siècle. Il constitue un précieux témoignage : à l'image de ce que donneront à voir des chiens acteurs, c'est un chien présenté comme fort intelligent qui réagit et s'adapte seul et vite, ce qui ne signifie nullement que dans certaines situations, des animaux ne le secourent. Ensuite, Pluto est débrouillard, sympathique, curieux, héroïque, très affectueux et aime jouer. Il n'a d'ailleurs pas forcément besoin de compagnon, pouvant tout seul s'amuser à se renvoyer la balle (*Pluto's Playmate*, 1941) ! Bien avant les éléphants, il arrive à Pluto de pleurer à chaudes larmes. Cela dit, il rit souvent de bon coeur, allant même jusqu'à se moquer de son compagnon Mickey (*The Moose Hunt*, 1931) et rire de ses propres aventures de Bande dessinée (*Gentleman's Gentlemen*, 1941) ou bien encore de ses différents corps dans les miroirs déformants : dans *Bone trouble* (1940), il se reconnaît dans les miroirs, jubile et exploite ses diverses allures ! Ici, il nous faut préciser que Pluto se montre également jaloux vis-à-vis des animaux que croise Mickey et peureux face à l'inconnu, surtout vis-à-vis des animaux exotiques. Une réalité du chien moderne qui n'est pas si imaginaire que cela ! De la modernité du chien, Pluto en est le sujet canin : il participe à des concours de races canines à contre coeur (*Society Dog show*, 1939), il est shamponné par Mickey dès les premiers cartoons (*The Mad dog*, 1931) et se voit tricoter un pull rose par Minnie (*Pluto's Sweater*, 1949).

Illustrations 15 -18 (Affiches de cartoons de Pluto)



1932



1949



1947



1937

Il est souvent question de l'interdiction faite aux chiens de pénétrer les espaces : dans *Just Dogs* (1932), les chiens de la fourrière qui viennent d'être libérés, reniflent en cœur les arbres d'un parc dans lequel en fond une pancarte « Interdiction aux chiens » est visible. De même, dans la maison louée par Mickey à la montagne, les aises de Pluto qui s'installe sur le lit en arrivant sont rappelées à l'ordre par le règlement de la location qui stipule que les chiens doivent rester dehors. Attaché, Pluto se réfugiera dans le rêve et l'utopie (*Plutopia*, 1951). Bien qu'en pratique chien errant et libre, il possédera sa niche avec son nom écrit et rêvera même d'en posséder une plus à son goût (*Plutopia*, 1951). Par la suite, au même titre que le petit chat Figaro, c'est un lit d'intérieur et un oreiller dont il jouira (*Cat nap Pluto*, 1948). Un épisode de l'évolution de sa vie est à ce propos illustratif : dans *Primitive Pluto* (1950), il est avec Mickey dans une forêt éloignée lorsqu'un loup qui symbolise son instinct sort de sa tête et lui demande quel type de chien il est devenu : un chien qui dort avec un bonnet de nuit, mange des tranches de toasts dans du lait et a perdu ses instincts de prédateur ! Pour conclure, remarquons que Pluto est un chien très social qui recherche les relations : il comprend Mickey et lui est attaché. Il est lié d'amitié ou d'inimitié à d'autres personnages animaux. Enfin, depuis 1953, Mickey et Pluto continuent leur chemin : parcs d'attraction, jouets, dessins animés, publicités. Nous noterons qu'en 1986, une version « chiot » de Pluto pour la série *Bébés Disney* du Journal de Mickey sera créée et plus récemment c'est du côté des jeux vidéo qu'il apparaît dans la série *Kingdom Hearts* (2002 et 2005) et en tant que chien virtuel (2009) à côté de *Fiffi*, *Butch* et *Dinah* dont il faut prendre soin dans un petit jeu gratuit en Java pour téléphone portable, *Disney Dogs* !

### **3. Par-delà le dessin animé et le jeu vidéo**

Le lien entre le dessin animé et le jeu vidéo est fort. Quoiqu'inégal selon les personnages canins et félins, il se concrétise par leur présence dans des jeux vidéo. Une possibilité est que le jeu vidéo place le personnage de dessin animé dans un univers et une structure vidéoludiques sans fondement direct ou implicite avec lui. Dans cette démarche, le développement d'un type précis

de jeu vidéo va littéralement s'accaparer le chien de dessin animé et d'une certaine manière, le « convertir ». Cette conversion n'aboutit pas systématiquement à une dénaturation du dessin animé d'origine. L'esprit ne pâtit pas obligatoirement du changement de media.

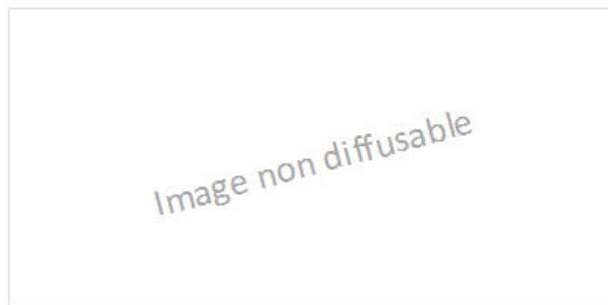
Le jeu vidéo de sport en est l'illustration puisque l'on y manipule des chiens de dessin animé. En leur sein, le tennis est un sport très représenté. Le jeu vidéo *Droopy's tennis Open* est d'autant plus surprenant que cette version sportive cartoon est l'unique jeu vidéo mettant en jeu Droopy et ses acolytes : la pin-up Bubbles Vavoom, Butch, Mc Wolf, Dripple et Screwie squirrel. Droopy n'était pas le premier chien à remporter des sets : le jeu *Snoopy Tennis* (Game boy, 2001) permettait déjà au joueur d'incarner douze personnages de l'univers de M Schulz. Du côté de *Félix le chat*, le passage fut nettement moins réussi, en témoigne le jeu vidéo *Baby Felix tennis* (Playstation, 2002). À côté des jeux vidéo de tennis proprement dit, ce sport se retrouve sous forme de mini-jeux – ce sont de courtes activités à effectuer au sein d'un jeu vidéo – chez les hamsters de l'Anime japonais dans *Hamtaro : Ham Ham Games* (GBA, 2004) ou dans le jeu vidéo *Boule et Bill, vive les vacances* (Nintendo DS, 2008) dans lequel le cocker de la bande dessinée manie la raquette. Un autre sport très représenté dans le jeu vidéo est le golf. À côté des simulations de golf des superstars du jeu vidéo *Super Mario* de Nintendo et *Sonic* de Sega, un jeu vidéo reprend l'univers du chien anthropomorphe Dingo avec *Disney' Golf* (Playstation 2, 2002). Enfin, la simulation de course propose une grande quantité de titres, parfois en suivant le scénario du dessin animé comme pour *Satanas et Diabolo* avec les jeux *Satanas et Diabolo* (Playstation 2, 2001), *Les fous du volant* (PC, 2000) et *Les fous du volant Battle race* (Nintendo DS/ Wii, 2008). Dans d'autres jeux vidéo, le lien est inventé de toute pièce : pour les Toons, *Looney Tunes Racing* (Game boy Color, 2000) ; pour le studio Dreamworks, le jeu *Dreamworks super star kartz* (2011) ; chez Disney le jeu vidéo *Walt Disney World Quest : magical racing tour* (2000) sur plusieurs supports. L'association entre Disney et le jeu vidéo de sport est plus large puisque plusieurs jeux l'exploitent : la danse avec les jeux *Dance dance revolution : disney Grooves Wii* (projet) ou *Dancing stage : Disney mix* (Playstation 1, 2001) dans lequel Pluto est aux platines pour faire danser le joueur devant son écran ; le skate avec *Disney extreme skate adventure* (Game boy advance, 2003) dans lequel on peut manier Simba du Roi lion sur un skate ! Et pour conclure, la série Disney Sports développée et éditée par Konami sur Game boy Advance avec *Disney sports basketball* (2003), *Disney sports football* (2002), *Disney sports skateboarding* (2003) et *Disney*



*sports snowboarding* (2003).

Nous en arrivons à la deuxième spécificité du jeu vidéo. Le personnage principal, c'est ce que permettent les jeux de sport, n'est plus le seul à être maniable. C'est l'une des spécificités du jeu vidéo : il réordonne la hiérarchie des personnages de dessin animé. La concrétisation de ce réagencement est la possibilité de manier son personnage de prédilection. Les jeux de sport ne sont pas isolés puisque d'autres types de jeu sont concernés. Dans le jeu vidéo de plate-forme *Inspecteur Gadget, opération madkactus* (Game boy, 2000), ce sont bien les trois personnages qui sont maniables, chacun avec ses spécificités. Alors que dans le célèbre dessin animé son rôle est d'assister, ce jeu vidéo transforme le chien Finot en avatar à manipuler au même titre que l'inspecteur Gadget et Sophie. Un autre exemple surprenant est le jeu de combat *Tom and Jerry sèment la pagaille* (PC, 2002) qui permet des affrontements directs entre les héros du cartoon !

#### Illustration 19



Au tennis Droopy reste fidèle à lui-même dans le jeu vidéo de tennis *Droopy's tennis Open* (GBA, 2002)

Nous en arrivons à l'autre possibilité qui définit le mieux le passage du dessin animé au jeu vidéo. Le jeu vidéo de plate-forme dans lequel l'avatar évolue de niveau en niveau est le type de

jeu qui absorbe le plus le dessin animé. Ces célébrités du dessin animé sont concernées : par exemple *Tom et Jerry* (13 jeux), *Félix le chat* (4 jeux) ou les Toons, notamment le dessin animé *Tiny toons* (1990/1995) qui est la version enfantine des Toons classiques (15 jeux). Du côté francophone, la nouvelle version en 2007 de la série populaire *Le manège enchanté* a été suivie par la sortie d'un jeu vidéo de party-Game avec l'inoubliable chien Pollux : *Le manège enchanté* (Wii/PC/Nintendo DS, 2009).

Les œuvres de studios d'animation sont adaptées en jeux vidéo. Ainsi, pour le studio Aardmann animation, *Chicken run* (2000), *Souris city* (2006), la série *Schaun le mouton* (créée en 1995) et *Wallace et Gromit* (créée en 1989). Dans le jeu de plate-forme *Wallace et Gromit dans le projet Zoo* (2003), le joueur dirige le chien Gromit (accompagné de Wallace !) dont l'objectif est de délivrer les animaux d'un zoo réduits à l'esclavage et à qui on a volé les petits. Pour Blue sky studios surtout réputés pour les quatre opus de *L'âge de glace*, c'est l'adaptation de *Rio* (2011) et *Rio 2* (2014) qu'il nous faut citer puisque les jeux sont des party-game. Le bouledogue est de la partie. C'est aussi le type de jeu vidéo de l'adaptation sur Nintendo DS du film d'animation du studio Crest Animation *Alpha et Omega* (2010) portant sur les loups et leur réintroduction dans leur milieu naturel. Chez le studio Dreamworks SKG, la production du jeu vidéo est une règle. Les films d'animation sont systématiquement adaptés : *Spirit, l'étalon des plaines* (2002), les films *Shrek* (2001-2010), *Nos voisins les hommes* (2006), *Madagascar* (2005-2014), *Kung Fu panda* (2008- 2016), *le chat potté* (2011).

En ce qui concerne l'empire Disney, la relation du géant aux jeux vidéo se montre plus délicate. Les succès sont rares et les risques pris moyennement couronnés<sup>311</sup>. En plus des quelques jeux vidéo dont Mickey, Donald ou Picsou sont les héros, des longs métrages et films ont été portés en jeux vidéo à partir de 1990 : *Ariel, la petite sirène* (adapté en 1992), *Aladdin* (1993), *Le livre de la jungle* (1994), *le Roi lion* (1994), *La Belle et la bête* (1995), *Pocahontas* (1995), *Hercule* (1997), *Frère des ours* (2004), *La ferme se rebelle* (2004), *Les 102 dalmatiens : à la rescousse* (2001), *Ratatouille* (2007), etc. Face à la popularité galopante d'icônes provenant des jeux vidéo japonais auprès de la génération des années quatre-vingt-dix, Disney lança sa contre-attaque afin

---

<sup>311</sup> Voir « Disney infinity va-t-il lui aussi être victime de la malédiction des jeux vidéo Disney ? » du 31.01.2013, sur [www.lesgrandsclassiques.fr](http://www.lesgrandsclassiques.fr).

de ne pas perdre un marché prometteur en pleine expansion.

Au début des années 1990, le groupe Disney développe ainsi une stratégie destinée à utiliser le jeu comme outil de promotion de ses contenus cinématographiques. Il cède d'abord les droits d'exploitation de ses personnages les plus connus (Mickey, Donald...) au studio de développement de Sega, qui s'engage à les installer durablement dans les univers de ses jeux vidéo. La vente de ces licences permet certes à Disney de faire des bénéfices, mais ce n'est pas le but recherché. Il s'agit de faire entrer ces personnages dans une nouvelle ère. Des études de notoriété prouvent alors que les stars de jeu vidéo Mario et Sonic sont devenues plus connues que Mickey Mouse. Disney estime qu'il est indispensable que ses personnages profitent de l'exploitation offerte par le jeu vidéo pour continuer à vivre auprès du public.<sup>312</sup>

L'adaptation en jeu peut se montrer assez fidèle avec une mise en jeu des scènes fortes du long-métrage, la musique et l'esthétique. Dans cette configuration, le jeu vidéo est comparable à un dessin animé interactif ou pour être plus correct, à un jeu vidéo (interactif) de dessin animé ! Les dalmatiens furent de la partie avec le jeu ludo-éducatif *Dalmatians 3* (Playstation 2, 2005) et le jeu de plate-forme *Les 102 dalmatiens à la rescousse* (Playstation 1/Game Boy/ PC, 2001). Dans d'autres cas, le jeu vidéo se distance du dessin animé ou du film d'animation comme dans les différentes versions de *Volt, star malgré lui* (2009) sorties sur consoles quelques jours avant le film d'animation dont il est pourtant l'adaptation ! Cette avant-première n'était pas un premier essai puisque le jeu *Hercule* (1997) proposait des extraits du film qui n'était pas encore sorti en salle. Et pour cause, car le jeu vidéo devenait un concurrent sérieux, le media devait donc être réapproprié. Dans le cadre de notre recherche, l'aspect à retenir est que le jeu vidéo Disney est avant tout un jeu vidéo de plate-forme.

En plus de ces « conversions », les jeux vidéo mettent en jeu les parcs d'attraction. Ces derniers sont transformés en circuit de course dans *Walt Disney World quest : Magical Racing tour* (PC, 2001) ou plus récemment avec *Kinect Disneyland Adventures* (2011), en espace d'interaction et de jeu à visiter par l'utilisation du Kinect de la console Xbox 360. Il existe aussi des jeux centrés sur la musique, le rythme et la chanson tels que *Fantasia, le pouvoir du son* (2014) ou *Disney sing it : les plus belles chansons des films de Disney* (Wii, 2010) et des séries à succès comme *Disney Princess* destinées aux jeunes joueuses où les princesses sont les héroïnes (Jasmin, Cendrillon, Blanche-neige, Belle) aux commandes. Nous avons affirmé que le jeu vidéo détient

---

<sup>312</sup> Kriegk et Launier, 2011, p. 133.

la capacité de réordonner la hiérarchie entre les personnages humains et animaux, nous précisons que ceci est valable pour la relation entre le masculin et le féminin. Dans le jeu *Disney Princess : écuyères royales* (PC, 2004), les héroïnes montent à cheval et préparent un spectacle équestre. Enfin, comment ne pas citer le jeu vidéo *Epic Mickey* (Wii, 2010) et sa suite sortie sur plusieurs consoles et ordinateur *Epic Mickey : le retour des héros* (2012) qui associent la souris à son prédécesseur Oswald, le lapin chanceux. Dans ces jeux vidéo assez sombres – ils sont interdits aux enfants âgés de moins de sept ans –, le joueur fait évoluer Mickey dans le monde de la désolation qui, par ces multiples références à l'univers, notamment les premiers cartoons des années 1920, propose un univers Disney jusque-là étranger au jeu vidéo.

Pour conclure avec le chien dans le jeu vidéo, il nous faut présenter Scoubidou, le héros canin du studio Hanna-Barbera qui possède le plus d'aventures sous forme de jeux de plate-forme. Depuis 1986, l'année de sortie du premier jeu Scoubidou de l'histoire sur Amstrad CPC, le pusillanime dogue Scoubidou évolue entre Hollywood, les maisons hantées, les villes fantômes et les monstres. Selon les adaptations, le joueur manie le chien, le chien et Samy ou l'ensemble des personnages. Ces jeux vidéo sont tirés des dessins animés Scoubidou et des films récents.

#### IV. Conclusion : De l'ethnologie du chien de dessin

Certaines modes entraînent des effets plus spectaculaires mais aussi plus fâcheux. Ainsi, la vogue des « chiens à pois » qui fleurit notamment en Angleterre et en France. On sait que la sortie en 1961 du dessin animé produit par Walt Disney et adapté du classique roman pour enfants de Dodie Smith, *Les Cent Un dalmatiens*, a instantanément fait doubler la demande de ces chiens blancs tachetés de noir. En Grande-Bretagne, le nombre d'achats officiellement recensés de dalmatiens est passé de 791 en 1959 à 1549 en 1963 ; après une accalmie, la sortie du même dessin animé en vidéo, en septembre 1996, a relancé la demande [...] Pourquoi « redouter » ? Parce que tous ces excès de « folie dalmatienne » ont aussitôt été suivis de vagues d'abandons de ces chiens. Achetés sous le coup de la séduction, les « chiots à pois » de l'écran, anthropomorphisés à l'excès, avec leurs allures de peluches attendrissantes et facétieuses, se sont révélés bien différents dans la vie réelle : atteignant rapidement leurs dimensions adultes de 30 kilos pour 60 centimètres, ces animaux athlétiques, anciens chiens de trait et de cocher, réclament des courses de 5 à 8 kilomètres par jour et mangent en conséquence; et quand ils s'ennuient ou manquent de quelque chose, ils n'implorent pas leur maître d'un regard humide mais dévorent le canapé du salon ou les sièges de la voiture.<sup>313</sup>

Les points soulevés par l'ethnologue français Jean-Pierre Digard sont de plusieurs ordres. Tout d'abord, il utilise le terme de « Folie dalmatienne » pour qualifier l'irrationnel et la déraison d'actes collectifs effectués sur des chiens après la sortie en salle du dessin animé en 1963 et relancés avec la sortie sur un support destiné à une consommation domestique (VHS, DVD), soit quelques trente-trois ans après ! Le chien vivant se retrouve donc directement concerné par le succès d'un dessin animé. La mode lancée s'est concrétisée par une augmentation drastique des ventes de chiens et dans la même précipitation, des abandons de dalmatiens. La réception d'un dessin animé se concrétise par une action directe sur les chiens vivants plus immédiate que l'évolution des représentations et mentalités.

L'autre point est la culpabilisation. Le dessin animé *Les 101 dalmatiens* serait l'initiateur, c'est-à-dire la cause de l'anthropomorphisme poussé des chiens fictifs. Du même coup, la question soulevée est celle de la différence de portée qu'il existe entre le dessin animé et le livre. Le dessin

---

<sup>313</sup> Jean-Pierre Digard, *Les Français et leurs animaux*, Paris, 1999, p. 185.

animé, parce qu'il se compose d'images et de sons aurait-il une force de séduction décuplée à celle des mots de la littérature ? L'impact de l'image, du son et du mouvement du dessin animé dans le réel ainsi que le détestable choix des artistes consistant à s'éloigner du chien réel avec outrage est ce qui est visé par l'ethnologue. Ce sont les artistes qui portent la responsabilité des achats et des abandons ainsi que du malentendu dont sont victimes les individus qui ont acheté les chiens. Il est étonnant que les éleveurs, pourtant fournisseurs reconnus des peluches étrangères aux représentations disneyennes, ne soient pas du tout intégrés à l'analyse alors qu'ils en constituent l'épicentre même. Ils sont déchargés de toute responsabilité, ce qui ne nous apparaît pas être le résultat d'un oubli mais plutôt celui d'une volonté ! Les humains, suite au dessin animé, ont succombé à l'anthropomorphisme des dalmatiens. Le dessin animé se déverse dans un monde réel sans défense, au détriment des chiens vivants.

En ce qui a trait au chien, la représentation donnée par Jean-Pierre Digard, en prenant comme assise argumentative l'histoire professionnelle de la race canine et surtout sa biologie, semble se rapprocher de la vision figée de certains vétérinaires, eux-mêmes étudiés par l'ethnographie.<sup>314</sup> Il procède plus à une idéologisation de l'animal et à une défense de la préservation d'un savoir reconnu comme supérieur et légitime qu'à une prise en compte des capacités d'adaptation des chiens. S'il ne faut en aucun cas omettre cet aspect du vécu, il est indispensable de ne pas condamner un chien à la conformité de sa race car aussi bien les races canines que les individus évoluent. Ils ne sont pas figés et absolus. On constate que la question des écarts et tensions entre le fictif et le vivant demeure épineuse et hiérarchisée. Dans ces discours inquisiteurs, les propriétaires d'animaux comme les créateurs des dessins animés préfèrent l'anthropomorphisme à la validité scientifique ! La critique, à la vue des comportements désastreux des humains et des victimes canines, est justifiée. Toutefois, une trop forte idéologisation couvre un pan du système dans son ensemble.

On décèle également une prise en compte du spectaculaire, notamment lorsqu'il est critiquable – ce sont ici les abandons de chiens – et moins des processus plus lents que certains jugeront positifs tels que le rapprochement affectif et la complicité entre les chiens et les humains dont les dessins animés témoignent. De plus, comme nous l'avons signalé, les mauvais traitements, les

---

<sup>314</sup> Catherine Rémy, *La fin des bêtes. Une ethnographie de la mise à mort des animaux*, Paris, 2009.

abandons et la menace de la fourrière, sont des éléments scénaristiques réguliers des dessins animés. Enfin, l'autre facteur central est qu'il est question de « chiots à pois » plus que de chiens adultes. En effet, le chien de dessin animé est souvent un jeune chien. C'est sur ce point précis que nous concluons. Deux tendances se détachent. L'une consiste à rajeunir les personnages et créer une série supplémentaire – par exemple *Tom et Jerry kids* (1990-94), les *Tiny toons* (1990-95) –, la deuxième à ajouter un jeune personnage dans les aventures. La création en 1979 du neveu du chien héros Scoubidou, Scrapy-Doo, en est une concrétisation. La liste est longue et dépasse le cadre du dessin animé. Le jeu vidéo est concerné par ce rajeunissement canin. En résumé, l'intérêt majeur de l'exposé de l'ethnologue Jean-Pierre Digard est d'avoir repéré (et critiqué) l'influence du dessin animé sur le destin des chiens vivants et de signaler les erreurs d'analyse à éviter dans le futur. Dès lors, comment la compléter et l'approfondir ? Plusieurs pistes nous sont offertes parmi celles-ci.

S'il est nécessaire d'appréhender ce que nous nommerons « l'après » du film que sont les conséquences directes et indirectes, « l'avant et le pendant » sont à inclure à l'analyse car avant d'en sortir, l'animal vivant doit y être inséré. Les processus de création et d'intégration du chien réel dans l'histoire sont primordiaux. C'est la problématique des enjeux de la fabrication. L'animal vivant sert de modèle. Il est manipulé par l'œil humain, les arts et techniques utilisés dans la création de son double fictif : il est regardé, peint, dessiné, photographié, enregistré, etc. Ce sont ces conditions opératoires, ces processus de transformation sur lesquels le chercheur doit se pencher. La qualité et l'identité des modèles sont aussi à intégrer. Nous l'avons vu, ce sont souvent des animaux connus ou côtoyés des artistes qui servent de modèle à la création de personnages. La consultation des photographies et l'inclusion dans la recherche d'anecdotes et témoignages de la réalisation peuvent fournir de précieux documents. Les bonus des supports (VHS, DVD et Blue ray), les sites et blogs internet professionnels et amateurs portant sur les médias (cinéma, télévision) et ceux sur les animaux de compagnie doivent être associés aux recherches scientifiques sur les animaux.

Ce passage entre le fictif et le réel est complexe, la séparation étant jugée infranchissable pour les uns et poreuse pour les autres. Dans certains cas, des tensions peuvent émerger. Nous savons que des associations de chasseurs américains, alertées par la représentation de la chasse dans le long-

métrage *Bambi* (1942) avaient demandé à Walt Disney de placer une alerte écrite au début du film signalant que la chasse s'éloigne de la brutalité des images du film. Une demande que Walt Disney refusa en précisant que les spectateurs, lucides, savent séparer ce qui relève du fictif de la réalité. Néanmoins, prudent, suite aux menaces de protestations annoncées avant la première mondiale du film prévue au Lincolntheater à Damariscotta dans l'état du Maine, Walt Disney opta pour une projection à Londres et New York. En ce qui concerne les chiens, *Bambi* nous donne la possibilité de déceler les représentations anonymes et négatives des chiens dans les dessins animés. Les chiens anonymes qui sont associés aux chasseurs sont une constante oubliée de l'analyse, notamment les meutes de chasse ou les troupes de guerre. Or, face aux personnages méchants canins individualisés et charismatiques, ces foules canines anonymes démontrent que l'identité du chien peut être celle du danger et de la mort qui poursuit.

Ce passage entre réel et fictif pose de surcroît la question de la représentation animée du chien. Est-il un chien anonyme ou un personnage charismatique ? Est-il plébiscité ou plutôt évacué par les spectateurs ? Est-il anthropomorphe ou plus conforme au « réalisme » animal ? À quels degrés l'est-il ? Quelles sont ses capacités émotionnelles, comportementales et physiques ? À quels registres se rattache-t-il ? Au regard de l'importance quantitative de la production de dessins animés et de films d'animation ainsi que de la diversité des réceptions envisageables, ces questionnements constituent un terrain de recherche exemplaire et fourni : en effet, le dalmatien anthropomorphisé à l'excès de l'ethnologue n'est pas celui du jeune spectateur s'amusant (ou s'ennuyant) des chiens à l'écran !

Les sciences sociales sont-elles prêtes à considérer les dessins animés, les films d'animation comme dignes d'intérêt pour les recherches sur les animaux ? Une amorce est là : c'est ce que nous signale l'appel à communications du 141<sup>e</sup> congrès national des sociétés historiques et scientifiques qui s'est tenu en 2016 à l'université de Rouen.<sup>315</sup> Dans le cas contraire, l'Anime *Les enfants loups, Ame et Yuki* de Mamoru Hosoda (117min, 2012) saura sûrement convaincre les scientifiques les plus réticents que l'animation est un art.

Du côté germanophone où la recherche sur les animaux en sciences sociales est vive, la thèse en sociologie de Stephanie Martina (2008), sur laquelle nous nous sommes appuyés, amorce le

---

<sup>315</sup> L'appel à contribution est disponible sur <http://animots.hypotheses.org/3368>.



processus de légitimation : intitulée « *Fische sind Freunde. Zur Beziehung von Menschen und Tieren im Zeichentrickfilm* » (Les poissons sont nos amis. Sur les relations entre les humains et les animaux dans les dessins animés), cette thèse d'une portée critique, cartographie l'histoire et les enjeux que représentent les dessins animés dans nos rapports aux animaux.<sup>316</sup> Après avoir introduit les places de l'animal dans la pensée européenne (chap.1), le traitement de l'animal dans la sociologie allemande (chap.2) et les recherches universitaires sur le cinéma et le dessin animé (chap.3), elle effectue une analyse de plusieurs œuvres (chap.4) avant de se consacrer à une recherche approfondie des deux œuvres majeures que sont *Bambi* et *Le monde de Némó* (chap. 5 et 6). La sociologue en arrive à démontrer la portée instructive car éclairante des dessins animés dans une compréhension des relations qui unissent les humains aux animaux. Il est noté que l'anthropomorphisation peut jouer un rôle positif : en leur prêtant des capacités, ces œuvres nous permettraient de nous positionner davantage du côté des perspectives des animaux. Quant au philosophe et éthologue français Dominique Lestel, c'est plus profondément en termes de capacité efficace humaine que l'anthropomorphisme est perçu :

Le rejet intransigeant de l'anthropomorphisme doit plutôt être considéré comme une forme de rigidité mentale. L'impossibilité de voir des êtres pensants dans une configuration comportementale signifiante est en effet un handicap mental, décrit en détail par la psychologie clinique [...] L'anthropomorphisme, avant d'être une « erreur méthodologique » se révèle être au contraire un outil mental extrêmement efficace qui se localiserait dans l'amygdale cérébrale. On a d'ailleurs pu poser comme hypothèse que la capacité à anthropomorphiser le comportement des animaux était l'une des différences cognitives majeures entre l'homme de Neandertal d'une part et l'homme de Cro-Magnon d'autre part [...].<sup>317</sup>

Certes, les enjeux ne sont pas de l'ordre de la survie parce que les sciences sociales et les autres (sciences vétérinaires, éthologie), même si elles perdurent dans leur rigidité, contrairement à l'homme de Neandertal, survivront. Les prémisses de la reconnaissance de cet objet d'étude par les penseurs majeurs de l'animal sont là. Pour ce même Dominique Lestel, dans l'essai *Apologie du carnivore*, en réponse à la très inquiétante montée du végétarisme qu'il qualifie d'éthique, sa critique de l'ouvrage *The case for Vegetarianism. Philosophy for a small planet* (1996) de John Lawrence Hill, dénonce l'innocence, la naïveté et la crédulité de végétariens victimes du monde

---

<sup>316</sup> Martina Stephany, *Fische sind Freunde* [Zur Beziehung von Menschen und Tieren im Zeichentrickfilm], Thèse, Université de Münster, 2008.

<sup>317</sup> Dominique Lestel, *L'animal est l'avenir de l'homme*, Paris, 2010, p. 90.

merveilleux de Disney. Si l'animal est l'avenir de l'homme, l'animal de dessin animé n'est en aucun cas l'avenir du carnivore :

L'auteur devient en revanche plutôt drôle quand il affirme sans ciller que la terre « libérée » par l'abandon des champs destinés à nourrir les animaux d'élevage permettrait à plus de cerfs et de biches de vivre. Le végétarien a beau s'en défendre, le syndrome Bambi hante son esprit en permanence. Hill souligne à juste titre qu'il y a quelque chose d'un peu inconvenant à justifier la consommation de viande en prétendant que c'est ce que l'animal lui-même préfère, mais il néglige d'ajouter que l'argument est lui aussi totalement réversible. Peut-on dire par exemple que l'animal préfère ne pas mourir ?<sup>318</sup>

L'anthropomorphisme utile aux chasseurs de Cro-Magnon se serait-il en partie retourné contre l'humain médiatique d'aujourd'hui ? Avec l'avènement du dessin animé dans nos sociétés de loisirs, pour la première fois, les représentations animales se sont « émancipées » du papier pour s'animer à l'écran. À l'opposé du livre de littérature et de la bande dessinée et de la presse, l'écran de cinéma n'est nullement un objet maniable par la personne mais un lieu, un dispositif culturel dans lequel la personne s'introduit pour y vivre une expérience. Si cette nouveauté technique lie le dessin animé aux jeux vidéo, depuis ses débuts, c'est avec le cinéma qu'elle communique.

---

<sup>318</sup> *Id.*, *Apologie du carnivore*, Paris, 2011, p. 43.



## **Chapitre IV**

### **L'audio-visuel**

À propos du documentaire animalier :

On pourrait croire que le film documentaire est plus aisé que le film de fiction, simple représentation objective de l'animal dans son environnement. En réalité, le documentaire animalier n'a rien d'anodin et est d'une difficulté majeure. Lui aussi est le vecteur d'une représentation du monde. Il pourrait revendiquer une objectivité toute scientifique, mais en réalité, l'homme, même documentariste, peut-il penser l'animal en dehors de lui-même ? Pas sûr.<sup>319</sup>

---

<sup>319</sup> Janick Auberger, « Entre l'écrit et l'image, l'animal de fiction, un homme travesti ? », dans *Contre-jour*, n° 13, 2007, p. 133–151, ici p. 144.

## I. Le cinéma : le septième art du chien

Après avoir introduit l'histoire du dessin animé et du film d'animation en Europe, aux États-Unis et au Japon, la nécessité d'approfondir ce terrain médiatique s'est imposée à nous. Dans notre premier chapitre, en rapport direct avec le dessin animé, nous traiterons du cinéma en nous focalisant sur l'expérience qu'il représente avant de nous consacrer au chien de cinéma par sa présence dans les genres cinématographiques inattendus, sa fonction d'acteur et de star et les modifications opérées sur l'animal acteur par la technique et la technologie. Dans le deuxième chapitre, le documentaire animalier sera étudié dans sa dialectique avec le cinéma et le dessin animé. Enfin, dans le troisième chapitre, nous nous focaliserons sur la télévision par le biais d'un programme précis qu'est le spot publicitaire que nous traiterons du chien et du chat.

Le cinéma est venu coloniser le quotidien des foyers. Avec l'apparition de la cassette vidéo en 1976, du DVD en 1995 et du Blu-Ray en 2003, le film tient physiquement dans la main et est inséré par le téléspectateur dans un appareil. Cette évolution, résultat de la concordance de l'émergence de la télévision et de l'ordinateur personnel au sein des foyers, s'éloigne du cinéma en tant qu'espace isolé entièrement structuré pour la projection collective des films. Contrairement au cinéma qui est à replacer dans l'émergence au XIXe siècle d'« espaces clos de divertissement » dans lesquels les individus prennent collectivement place au sein d'un lieu circonscrit que nous qualifierons d'« espace-temps culturel » - il maîtrise l'expérience de l'individu –,<sup>320</sup> l'apparition de ces supports marchands délivre l'œuvre au spectateur. Si nous l'oublions aujourd'hui, historiquement, c'est l'apparition de la cassette vidéo qui a bouleversé l'histoire du visionnement : la possibilité d'enregistrer le programme a libéré le téléspectateur de la chronologie imposée par la diffusion et lui a permis d'en contrôler la publicité (les pages et coupures publicitaires étaient effacées). La duplication des cassettes et le prêt des cassettes en a permis l'échange en plus de libérer la créativité. Le succès des genres dérangeants - la pornographie, l'horreur - a eu pour conséquence directe l'apparition de nouveaux publics, pour lesquels, la couverture des vidéos est devenue de plus en plus explicite afin de capter l'œil du passant.<sup>321</sup> Pour résumer nous dirons que le contrôle du téléspectateur sur l'image s'est imposé en une norme de visionnement, que le cinéma a été calibré par le succès

---

<sup>320</sup> Étienne Gingras-Paquette, « Les espaces clos du divertissement », dans *Cahiers du Gerse* 5, 2006.

<sup>321</sup> Dimitri Kourtchine, *La révolution VHS*, France, Arte, 2016, 53 min.

commercial de la cassette vidéo et que ces pratiques annoncent dès cette époque les pratiques dans l'espace Internet (échange, genre, amateurisme, etc.). L'essor du caméscope qui a incité la réalisation de films à petits budgets et sans grand intérêt annonce en effet les sites de YouTube quelques années plus tard.

Désormais, le téléspectateur devient le maître en sa demeure. C'est à sa convenance que sont regardés les films loués et enregistrés. La cassette vidéo, le DVD et le Blu-ray ont donc réuni la télévision et le téléspectateur à l'intérieur du foyer. Le salon ou la chambre ne sont pas comparables à la salle obscure de cinéma où l'on se rend afin de prendre collectivement part au film. Le cinéma est un rituel de notre modernité :

En fait plus que toute autre chose, c'est l'introduction de la vidéocassette qui est venue « déritualiser » quelque peu le cinéma. Alors qu'auparavant le support lourd et dispendieux du film 35mm, ne permettait qu'une diffusion limitée dans le temps et dans l'espace, la vidéo banalise la sortie d'un film, la privant en partie de son caractère d'évènement fort, puisque tout à chacun sait que l'œuvre se retrouvera, une fois retirée des écrans, sur la tablette d'un vidéoclub, disponible quand il le voudra bien.<sup>322</sup>

À l'heure d'aujourd'hui, l'équipement domestique audio-visuel de haute qualité des foyers, s'il désacralise et désocialise quelque peu l'expérience du film, n'aboutit pas à la disparition des salles de cinéma qui demeurent, à l'heure des téléchargements massifs sur Internet, un lieu assez fréquenté. Ce maintien du cinéma en tant qu'espace s'opère par une restructuration interne. La montée en puissance des grands complexes de cinéma (Gaumont, UGC, etc.) au sein de l'offre urbaine en constitue une expression. Quant au public, les salles de cinéma sont soutenues par des institutions d'état telles que l'école et les centres de loisirs pour lesquels le cinéma demeure une sortie de groupe. Ainsi, le cinéma survit. Il n'a donc pas encore dit sa dernière séance !

En ce qui concerne la recherche scientifique, le cinéma - un peu à l'instar du parc zoologique pourtant au centre des pratiques contemporaines,<sup>323</sup> notamment chez les enfants - est relativement peu étudié par les sciences sociales. Du côté des sciences des médias, selon Pierre Barette, c'est le clivage entre les approches dites textuelles pour lesquelles le contenu

---

<sup>322</sup> Andréanne Paquette, « Un regard anthropologique sur le rituel de la salle obscure », dans *Cahiers du Gerse* 5, 2006.

<sup>323</sup> L'émission radiophonique *Concordance des temps*, « Les animaux en cage : sous le regard des hommes », avec Éric Baratay, France culture, 58 min, 18.02.2012, <http://www.franceculture.fr/emissions/concordance-des-temps/les-animaux-en-cage-sous-le-regard-des-hommes>.

médiatique prédomine et les approches dites contextuelles où la production et la réception structurent les recherches qui prédominent.<sup>324</sup> À cela, même s'il demeure plutôt anecdotique et constitue surtout un moyen narratif qui consiste à établir une sphère culturelle partagée avec le lecteur, - c'est ce qui explique la position de la référence en début ou fin de texte -, des films sont évoqués dans les réflexions des penseurs de l'animal. Récemment, ce fut le cas des philosophes Dominique Lestel citant l'adaptation cinématographique en 1982 de *Blade Runner* de Philip K. Dick dans son essai sur l'amitié entre humains et animaux<sup>325</sup> ou de Vinciane Despret qui intègre le film *L'Odyssée de PI* (2012) à son analyse sur l'animal familier.<sup>326</sup> Plus ancien, dans l'ouvrage *Les animaux ont une histoire* de 1984, Robert Delort procédait déjà ainsi lorsqu'il concluait son chapitre portant sur le chien avec les noms de Snoopy, Cubitus et Rintintin. Si dans les deux premiers exemples, les films sont tirés de romans, la prise en compte des versions cinématographiques des œuvres, potentiellement visionnées sur DVD par les philosophes est à noter. Parallèlement, il nous paraît curieux de constater que des ouvrages scientifiques plus récents consacrés à l'histoire d'un animal font l'impasse sur ces représentants même lorsqu'il s'agit d'une icône internationale intergénérationnelle : comment comprendre en effet que l'incontournable *Bugs Bunny* créé par Tex Avery ait été évincé de l'histoire culturelle du lapin ?<sup>327</sup> Respectivement sociologue, docteur en sciences de l'environnement et anthropologue, docteur en philosophie, nous reprenons à notre compte les mots de la star déchue aux longues oreilles et demandons aux auteures : « alors, quoi de neuf docteur ? » Il est regrettable que le dessin animé et le cinéma restent dans l'ombre. Allumons donc les projecteurs.

---

<sup>324</sup> Pierre Barette, « Le cinéma entre film et méditation », Cahiers du Gerse.

<sup>325</sup> Dominique Lestel, *Les amis de mes amis*, Paris, 2007, p. 7.

<sup>326</sup> Éric Baratay, Claude Béata et Vinciane Despret, *Chiens, chats ... Pourquoi tant d'amour*, Paris, 2015.

<sup>327</sup> Catherine Mougenot et Lucienne Stricay, *Le pire ennemi de l'homme. Du lapin de garenne aux guerres biologiques*, Paris, 2011.



## 1. Les animaux de compagnie de la science-fiction et du cyberspace

Alors quel regard un biologiste peut-il porter sur les monstres de la science-fiction ? L'observation de leur morphologie (extérieur), parfois de leur anatomie (intérieur), peut-elle permettre de déduire un certain nombre d'éléments sur les probabilités de leur existence, de leur biologie, de leur écologie, de leur physiologie, de certains de leur physiologie, de certains de leurs comportements ? Le point de départ repose effectivement sur une contrainte forte. La vie n'est connue que sous la forme existant sur Terre.<sup>328</sup>

La science-fiction représente un formidable laboratoire dans lequel la vie terrestre est manipulée par les instruments de l'imaginaire. Les monstres et les créatures créés recomposent la biologie terrestre dans sa diversité et la fascination qu'elle exerce sur nous : que l'on songe au monstre d'*Alien*, aux vers de sable de *Dune* ou aux *Gremlins* dans un registre beaucoup plus comique ! Véritables réagencements de créatures vivantes existantes, l'imagination des créateurs n'en demeure pas moins surclassée par l'arborescence de la vie sur Terre. Comme l'affirme Guillaume Lecointre, le monde se présenterait à nous d'une manière bien plus hostile si nous étions de la taille d'une fraction de millimètre : « La diversité réelle du vivant sur notre bonne vieille terre nous réserve des surprises bien au-delà de l'étrangeté formatée des planètes lointaines ».<sup>329</sup> La science-fiction est un genre majeur et fécond que l'on retrouve dans la littérature (Jules Verne, Villiers de L'Isle Adam, Pierre Boule, etc.), la bande dessinée, l'animation, le cinéma, la presse et les jeux vidéo. En plus de servir de référence dans ses codes scénaristiques et graphiques (*Asteroid*, *Space invaders*, *Metroid*), les univers de science-fiction se matérialisent par l'importante adaptation de films en jeux vidéo sur ordinateur et consoles de jeu (*Alien*, *Terminator*, *Robocop*, *Star Wars*, *La planète des singes*, *Star Trek*, etc.). De manière générale, la science-fiction est un des genres centraux historiques du media jeu vidéo de ses débuts à aujourd'hui, que ce soit sous sa forme littéraire, graphique ou cinématographique... en plus du dessin animé<sup>330</sup>. Parfois, les animaux

---

<sup>328</sup> François Moutou, « Les monstres peuvent-ils être monstrueux ? », dans *Sciences et Science-fiction*, 2010, p. 119–129, ici p. 119-120.

<sup>329</sup> Guillaume Lecointre, « Y a-t-il des extraterrestres dans mon assiette ? », dans *Sciences et Science-fiction*, 2010, p. 131–133.

<sup>330</sup> « Dans son ouvrage consacré à quelques créateurs emblématiques du jeu vidéo des années 1970 à 1990, Daniel Ichbiah relève que « lorsque l'on demande aux auteurs de citer leurs sources d'inspiration, quelques sources surgissent inlassablement. Le romancier de science-fiction, Philippe K. Dick, arrive largement en tête et se voit citer par une grande majorité des intéressés de la partie, ainsi que H.P Lovecraft et les auteurs de la

sont ajustés au media jeu vidéo selon une logique de copier-coller comme dans le jeu vidéo de shoot'em up *Apidya* sur Amiga (1992) : le vaisseau spatial a été remplacé par un insecte duquel le joueur envoie des projectiles sur ces ennemis. Dans cette démarche, les mécanismes ludiques ont été maintenus mais habillés différemment.

Quant à nous, la caractéristique de la science-fiction que nous souhaitons exposer est la relation existante entre l'histoire des animaux dans les sociétés humaines et leurs usages scénaristiques. Du côté des insectes (non identifiés), en recoupant l'histoire culturelle des mouches et des moustiques en lien avec l'assainissement urbain<sup>331</sup> avec les études portant sur la science - fiction, il est plausible que la véritable croisade menée contre ces animaux se soit répercutée sur notre imaginaire. L'aspect menaçant et la taille des insectes de la Science - fiction américaine et des entreprises proposant des solutions anti-insectes donnent véritablement le frisson : les brochures anti-insectes (spray, moustiquaire) se rapprochent physiquement des monstrueux insectes de science-fiction. La scénarisation des dérives de la modification génétique rejoint la publicité ! En ce qui concerne les fourmis dont la présence au sein des médias a été analysée par Alain Renoir<sup>332</sup>, il est remarquable de retrouver des querelles scientifiques spécifiques au sein de productions anodines destinées aux enfants. Le film d'animation *FourmiZ* (1998) des studios DreamWorks scénarise en effet la controverse en myrmécologie entre les spécialistes E.O Wilson et Deborah Gordon portant sur la souplesse de comportement des fourmis !<sup>333</sup>

C'est non sans surprise que le film *Alien, le huitième passager* (1979) dans lequel un monstre est opposé à la femme lieutenant Ripley nous conduit à l'animal domestique de compagnie. En analysant les films de Science-fiction en tant que mythologie contemporaine et les

---

mouvance « cyber », William Gibson, Bruce Sterling et Neal Stephenson. Mais un autre nom est fréquemment mis en avant, celui de J.R Tolkien, [...] Au niveau du cinéma, quelques films semblent particulièrement marqués par les auteurs : *Blade Runner*, *Aliens*, *Excalibur* et surtout *La guerre des Étoiles*, une œuvre qui aurait représenté un tournant pour de nombreux créatifs. En matière de dessin animé, Robyn Miller (*Myst*), Richard Garriot (*Ultima*) et d'autres insistent pour rendre hommage à Walt Disney, qui a eu le mérite en son temps de créer un genre nouveau ». La référence à Walt Disney est souvent revendiquée par les game designers de l'époque, qu'ils soient occidentaux ou japonais comme Shigeru Miyamoto » (Alexis Blanchet, *Des pixels à Hollywood. Cinéma et jeu vidéo, une histoire économique et culturelle*, Châtillon, 2010, p. 97-98).

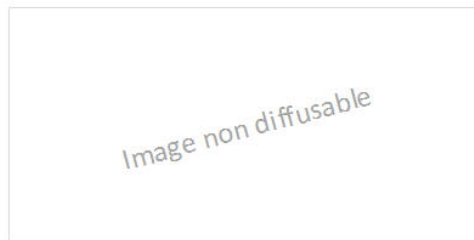
<sup>331</sup> Stéphane Frioux, « Les insectes, menace pour la ville à la belle époque ? », dans Stéphane Frioux et Emilie-Anne Pépy (éd.), *L'animal sauvage entre nuisance et patrimoine*, Lyon, 2009, p. 115-130.

<sup>332</sup> Alain Renoir, « Les fourmis », dans Boris Cyrulnik (éd.), *Si les lions pouvaient parler. Essais sur la condition animale*, Paris, 1998, p. 388-401.

<sup>333</sup> Charlotte Sleigh, *Des Hommes et des ... Fourmis*, Paris, 2005, p. 169-191.

représentations de la procréation<sup>334</sup>, l'ethnologue Marika Moisseeff interprète les quatre films de la saga *Alien* (1979, 1986, 1992, 1997) en tant qu'initiation féminine moderne. Elle décrypte le sens de la présence du chat Jones dans le vaisseau spatial ainsi que la justification du dénouement de son sauvetage. Le chat permettrait à l'héroïne d'endosser le rôle de mère nourricière, c'est-à-dire ce qui constitue la première étape de son initiation féminine.<sup>335</sup> En effet, les seuls survivants sont la femme lieutenant Ripley et le chat Jones<sup>336</sup>.

#### Illustration 1



Les deux seuls rescapés du film *Alien, le huitième passager* (1979)

La détermination de l'héroïne est sans faille et au moment ultime de la fuite, la présence du chat dans le vaisseau spatial lui revient tout à coup à l'esprit, alors que l'équipage ne veut rien risquer pour le retrouver. Les derniers mots s'adressent à son chat<sup>337</sup>. Ainsi, l'ultime moment du livre unit une femme et un chat qui lui, avec une facilité commune à tous les chats, n'a rien de monstrueux. Cet exemple, bien que spécifique, prémunit le chercheur d'omettre les

<sup>334</sup> Marika Moisseeff, « La procréation dans les mythes contemporains : une histoire de science-fiction », dans *Anthropologie et sociétés*, vol. 29, n° 2, 2006, 69-94.

<sup>335</sup> Marika Moisseeff, « Alien, une initiation familiale bien particulière de mère en fille », dans *Le divan familial*, n° 7, 2001.

<sup>336</sup> La créature extra-terrestre Alien a également survécu.

<sup>337</sup> « - Bravo ! N'oublions pas quelques paquets d'aliments synthétiques et sauvons-nous d'ici en vitesse. (Soudain, une pensée lui traversa l'esprit.) Jones. Où est Jones ? - Qui sait ? Parker, à l'évidence ne s'intéressait guère au sort de la mascotte. [...] Je n'ai jamais pu sentir ce chat, grogna Parker [...]. *Une fois le chat retrouvé, les derniers membres de l'équipage en vie sont morts, Ripley gagne la cabine de sauvetage.* Elle repressurisa la cabine et libéra Jones de sa cage. Celui-ci, avec une facilité commune à tous les chats, avait déjà tout oublié de l'attaque. Elle appuya sur la touche du magnétophone et commença à dicter [...] Elle arrêta l'enregistrement. La cabine était tranquille ; Ripley se détendit pour la première fois depuis longtemps. Il était temps pour elle de prendre du repos. Mais plutôt au ciel qu'elle ne rêve pas. Elle passa une main dans le poil jaune-orange de Jones. - Viens mon chat...allons faire un somme... » (Alan Dean Foster, *Alien. Le huitième passager*, Paris, 1979, 265, 277).

présences animales au sein de genres cinématographiques « inattendus ». Cette présence de l'animal domestique dans les genres science-fiction, horreur, épouvante et anticipation est souvent évincée par le succès des chiens dans les films de comédie et d'aventure destinés à un public familial. Rien ne laissait présager la présence fondamentale d'un chat dans un scénario tel que celui d'*Alien, le huitième passager* !

L'autre cas de figure intrigant de présences animales est la production cinématographique de l'imaginaire des mondes virtuels.<sup>338</sup> Par le prisme de l'histoire du mouvement de la Cyberculture des deux dernières décennies du XXe siècle et l'échantillon de quatre œuvres de référence – *Virtuosity* (1995), *ExistenZ* (1999), *The Thirteenth Floor* (1999) et *Avalon* (2001) –, quatre catégories récurrentes animales de la cyberculture furent identifiées : les oiseaux, les chiens et les chats, la faune des rampants (amphibiens, reptiles) et les micro-organismes pullulants. Les auteurs, tout en montrant que les représentations animales et les rapports aux animaux présents dans la cyberculture s'insèrent pleinement dans des représentations traditionnelles appartenant au folklore européen et à la religion centrent leur propos sur la problématique de la combinaison et redéfinition entre l'espace, l'humain et l'animal au sein de cette culture cyber. Les animaux matérialisent et humanisent l'espace. Ils permettent de définir la fonction des lieux (espace familial, ludique, d'exploration) et l'identité de l'humain. En outre, les métaphores animales sont omniprésentes dans le domaine des nouvelles technologies d'information et de communication. Elles apparaissent dans les jeux vidéo, les logiciels, les composants et objets informatiques (souris), les logos (Firefox, Amstrad), etc. Avec un brin d'humour virtuel nous pourrions y rajouter l'animal assis devant son écran maniant une souris qui, au gré des situations vécues et interactions avec la machine, sentira le phoque, fera le singe, donnera sa langue au chat, aura des fourmis dans les jambes, une faim de loup, la chair de poule ou une vraie tête de mule !

Que nous enseigne l'histoire de la cyberculture ? À ses débuts (1984-1992), la cyberculture exprima dans ses films sa volonté de recréer ou renégocier la dialectique culture-nature. Le corps humain et le corps animal étant jugés liés par un même destin biologique – ce que le post-humanisme de la période approfondira – les corps des humains et des animaux se sont retrouvés unis, non identifiables et non contrôlables (la possibilité de tricher). La réincarnation dans un avatar numérique étant au centre de la construction identitaire du

---

<sup>338</sup> Corinne Boujot et Antonio Casilli, « Interfaces bestiales. Rôle et place des animaux dans l'imaginaire virtuel », dans *Espaces et sociétés*, 2002, p. 59–85.

cyberespace, des créatures zoomorphes furent légion. Le virtuel était un espace de l'audace qui permettait un passage entre nous et eux, et de manière collatérale, une réflexion narrative sur la place et l'utilisation des animaux s'est constituée. Dans le scénario du film télévisé *Overdraw at the Memory Bank* (1985), l'identité du personnage humain est transférée dans celle d'un animal de documentaire animalier. Dans le film *The Lawnmower man* (1992), un simple d'esprit a remplacé un singe pour servir de cobaye dans une expérience scientifique qui avait pour but la mise au point d'une machine de guerre. La fin, nous le devinons, est tragique pour l'animal-humain de l'expérience. Ainsi, la cyberculture s'est attachée à thématiser les usages de l'animal fait par l'humain, non sans une certaine réflexion sur ses natures. L'émergence de la cyberculture, pour se définir en un mythe de la modernité, a élaboré de nombreuses créatures zoomorphes : l'avatar numérique et l'espace numérique se sont constitués par l'animal.

Promoteurs et acteurs de la cyberculture aimaient se penser comme une « tribu ». Pour concrétiser ce fantasme au plus près de l'idée qu'ils se faisaient du fait tribal, ils s'inventèrent des mythes fondateurs et tout un aéropage de créatures surnaturelles : animaux plus ou moins sacrés permettant de rentrer en contact avec des au-delà merveilleux, fauves à vaincre pour entrer dans le royaume des morts, fétiches à adorer afin de préserver la communauté, énigmes à déchiffrer pour protéger le lignage, faune hallucinatoire mettant en contact avec les ancêtres, etc.<sup>339</sup>

Ces mythes fondateurs se sont approprié les animaux afin de créer un espace nouveau de liberté dans lequel la possibilité pour l'humain de virtuellement devenir un animal était visée. Pour la figure clé de la cyberculture Jaron Lanier, la possibilité de se changer en animal et de prendre possession de ce corps inédit représentait l'inédit. Face au fracas avec le non aboutissement de cette ambition dans la réalité, cette interpénétration humain-animal se modifia au cours de la deuxième phase historique de la cyberculture que l'on situe après 1994. Les animaux ont désormais incarné le rôle d'appui ou d'annonce du passage possible dans le monde virtuel. Les chats et les chiens reçurent la fonction d'humaniser l'espace virtuel. En effet, la présence animale rassure et rend l'espace virtuel plausible, car reconnaissable. Elle participe à l'acceptation de cette réalité autre inconnue. Les chiens et les chats y introduisent de la normalité et du quotidien. Nous précisons que cette signification de l'animal de compagnie comme marqueur (visuel) de normalité est également exploitée dans les publicités

---

<sup>339</sup> *Id.*, 2002, p. 61.

de médicaments afin de marquer le retour à l'état de santé.<sup>340</sup> Il symbolise le foyer, la famille mais aussi le corps humain, cet autre lieu intime. La mise en scène de l'alimentation des chiens a eu la fonction de rappeler l'animalité de l'humain. En mangeant, parfois d'une manière goinfre, le chien manifeste l'acte de se nourrir comme un acte relevant de l'abject. Le chien agit comme un rappel du corps, ce lieu de la chair que la cyberculture traite comme de la viande dont il faut absolument se séparer : « Cette dichotomie entre un vieux corps obstinément voué à vivre dans une réalité déficitaire et un nouveau corps régénéré par les technologies dans un habitat virtuel est au centre de la relation animaux-hommes-espaces ».<sup>341</sup> Dans un régime alimentaire plus carnivore, le premier film de la trilogie culte de la cyberculture *Matrix* (1999) thématise le plaisir ou besoin viscéral humain de manger de la viande : un personnage trahit les membres de son équipage vivant dans la désolation du monde réel afin de pouvoir savourer un steak rouge factice dans l'autre monde. Le goût pour la viande est tel qu'il ne peut résister à se nourrir de viande, bien que celle-ci soit une simulation. La normalité du régime carnivore est visible dans la distinction entre le réel et la simulation du réel. Le traître de l'histoire n'aurait sûrement pas trahi son équipage pour aller savourer un morceau de brocoli ! : « Le fait carnivore serait l'une des évidences dont il y a tant de manières de rendre raison, chacune parfaitement intégrée à la vie des sociétés et aux représentants de l'ordre du monde, que toute interrogation à son propos ne dérouterait qu'un instant par son caractère incongru. L'universalité du fait chasse le doute ».<sup>342</sup> Le corps et son alimentation carnée sont problématisés par la cyberculture, ce qui témoigne des enjeux sociaux anthropologiques et politiques de l'alimentation : son artificialisation pour les corps humains situés devant les écrans d'ordinateur et son artificialisation dans la mise en scène de la viande dans nos sociétés.<sup>343</sup> Mais revenons-en aux animaux de compagnie. Les chiens n'ont

---

<sup>340</sup> Valérie Lemaire Battistella, *L'animal dans la publicité pour les médicaments humains*, Thèse, Faculté de Médecine de Créteil, 2008.

<sup>341</sup> Boujot et Casilli, 2002, p. 61.

<sup>342</sup> Florence Burgat, *L'humanité carnivore*, Paris, 2017, p. 9.

<sup>343</sup> « Je suis né pour ma part dans le sous-prolétariat urbain de la banlieue parisienne. Ce n'est pas un lieu rieur. [...] Il reste que dans les meilleures années de cette époque engloutie à jamais, ma mère préparait le dimanche midi un roast-beef, un rosbif farci à l'ail qui déclenchait chez nous tous, les enfants de cette pauvre nichée, une émeute de papilles. Un repas peut-il rendre heureux ? Oui. Un morceau de viande peut-il faire croire, le temps d'une tablée familiale, que tout va bien, que tout va mieux ? Oui. J'ai mangé beaucoup de viande. J'ai pris un grand plaisir à mastiquer, à partager avec les miens ce qui était davantage qu'un mets. Je suis mieux placé que d'autres pour comprendre que manger de la viande est un acte social majeur. Un comportement. Une manière de se situer par rapport au passé maudit de l'humanité, et de défier le sort promis par l'avenir. Je crois savoir ce que manger veut dire. Mais je dois ajouter, chemin faisant, j'ai changé d'avis et de goût. Modifier ses habitudes est l'une des vraies grandes libertés qui nous sont laissées. Je l'ai fait. Derrière la viande, peu à peu, les morceaux hauts et bas, se sont réformés, comme dans les dessins animés de mon enfance, qui ignorent tout de la logique

pas toujours été carnassiers et leurs espaces de vie n'ont pas toujours été clos. Cela signifie que ce que la cyberculture a embarqué n'est pas le chien mais une phase historique et culturelle des chiens dans les sociétés. Cette contextualisation du chien renvoie directement à la dernière fonction de l'animal de compagnie qui est d'établir une communication entre deux espaces, entre deux mondes, l'un connu et l'autre inconnu. Si la présence de l'animal de compagnie marque un seuil ou un accueil dans ce monde inconnu, c'est en partie parce que dans nos sociétés actuelles, l'histoire culturelle des chiens en tant qu'animal de compagnie les situe désormais dans deux espaces emboîtés (le nôtre et le leur) placés dans un unique lieu de vie.

Ensuite, si contrairement à la catégorie des rampants, les chiens ne sont pas utilisés dans une logique de subsumption et par conséquent ne remplacent pas une machine, le chien n'est pas le seul animal à posséder la fonction de compagnie. Dans *ExistenZ* de David Cronenberg, c'est une machine appelée GamePod qui grâce à sa nature animale d'amphibien devient sensible. C'est par ce biais, en plus de sa connexion technique directe au corps du joueur par un câble, et malgré son aspect physique rebutant, que la machine accède à un statut et un traitement se rapprochant de celui de l'animal de compagnie tout du moins par certains aspects (être porté sur les genoux).

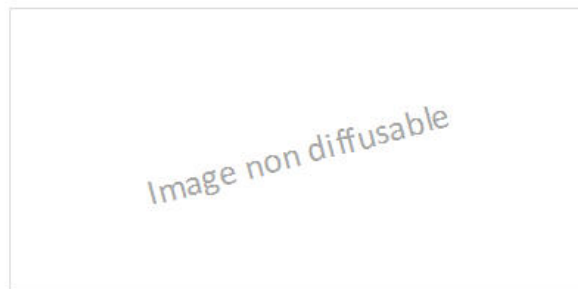
En 1959, l'article du cybernéticien Humberto Maturana « Qu'est-ce que l'œil de la grenouille dit au cerveau de la grenouille ? » selon lequel les batraciens ne voient pas la réalité telle qu'elle est mais tel que leur système interne la construit, ce fut déjà par l'animal, que la virtualité fut amenée au sein de notre réalité. Depuis, la cyberculture tente de s'appropriier l'animal. Le chien est un animal présent dans la production cinématographique. L'insertion du chien dans la dialectique du réel et virtuel n'est donc nullement l'apanage du jeu vidéo et il est intéressant de constater que le cinéma utilise bien plus que le chien héros et le chien ami de la famille. Du côté de la presse, cette première quête de plasticité corporelle de la cyberculture est résumée par la vignette de Peter Steiner paru dans *The New Yorker* en 1993. La réplique *On the Internet, nobody's knows you're a dog* est devenue célèbre. L'espace domestique, son possible accès à l'endroit où est installé l'ordinateur personnel serait éclaircissant mais incomplet. Changeons le point de vue avec la question « qu'en est-il du chien ? ». Alors qu'à ce jour, le test de Turing n'a été réussi par aucune machine, la vignette

---

triviale de la vie ordinaire. Derrière une côte de bœuf, j'ai fini par voir un bœuf » (Fabrice Nicolino, *Bidoche. L'industrie de la viande menace le monde*, Paris, 2009, p. 13-14).

consacre l'intelligence et l'adaptabilité du chien. Le primat donné à la communication avec les humains (ou les chiens) est significatif. Si la vignette stipule « Personne ne sait que tu es un chien », elle ne stipule nullement ce que le chien a lui-même décidé de devenir. Cela nous mène à la peur prétendue de l'inhumanité qui est celle d'avoir un chien réel comme interlocuteur et partenaire virtuel.

Illustration 2



« Sur Internet, personne ne sait que tu es un chien », *The New Yorker*, 1993

Peut-on renverser cette proposition par le désir, la volonté ou stratégie du chien de mettre l'humanité en danger ? Est-ce une attaque ciblée de l'intérieur, une nouvelle variante de complot animal ? Le jeu entre intérieur et extérieur du corps est central : dans la science-fiction, plus la forme extérieure des extra-terrestres se rapproche de l'humain, moins ils nous sont hostiles. Serait-ce une chance inopinée pour le chien de dissimuler son identité de chien ou juste celle d'un humain de dissimuler la sienne ? Est-il question de cacher sa vraie nature – c'est-à-dire, se détacher de son enveloppe corporelle pour ne déverser que l'intérieur du corps dans la virtualité – ou d'être anonyme, voire un imposteur ? Le réalisme des deux chiens de l'image, tout du moins le corps, est interprétable comme une invitation destinée aux chiens réels : il leur est demandé de nous accompagner dans la réalité virtuelle. Plus que la peur de



l'inhumanité, il s'agit de l'envie de partage et de notre volonté de ne pas être séparé des chiens. Toutefois, le point de vue du chien reste en suspens : que font et entreprennent ces deux chiens devant cet ordinateur ? Pourquoi décident-ils d'entrer dans un espace qui leur permet de ne plus être chien ?

L'animal qualifierait l'espace et jouerait un rôle d'interface entre ces deux espaces : y rentrer et y sortir. Mais est-ce uniquement valable pour l'animal narratif ou est-ce que le chien réel dans son propre espace de vie n'y est pas de surcroît engagé ? Le retour au chien ne doit pas évacuer le chien réel entouré de câbles vivant dans les univers matériels de l'humain qui parcourt de son siège de bureau le cyberspace.

À la présence du chien et du chat dans ces genres, le chien est intégré à des œuvres de cinéma satiriques, parodiques, politiques, etc. Dans *Une vie de chien* (USA, 1918) de Charlie Chaplin, le chien n'est pas un substitut mais bien plus un acteur d'un changement social. Dans la nouvelle écrite par Harlan Ellison adaptée en film sous le titre *Un gars et son chien* (USA, 1970), une guerre nucléaire mondiale a abouti à une communication télépathique entre chiens et humains. Dans *Dressé pour tuer* [*The White dog*] (USA, 1981) dont le thème est la ségrégation raciale aux États-Unis, une jeune fille lutte pour sauver et rééduquer un chien blanc dressé pour attaquer les personnes noires. Les chiens sont également acteurs de l'angoisse et de l'épouvante comme dans le film *Dogs of Hell* (USA, 1982) où des Rottweiler entraînés par l'armée américaine s'enfuient et sèment la panique ou dans *Max, le meilleur ami de l'homme* (USA, 1993) dans lequel une journaliste libère un chien d'un laboratoire d'expérimentation animale sans savoir que ce Rottweiler est doté de capacités intellectuelles et physiques supérieures destructrices. Dans un registre plus fantastique, le film *Baxter* (France, 1988) dans lequel un chien énigmatique se débarrasse des humains qui ne sont pas à son goût : « Méfiez-vous du chien qui pense » peut-on lire sur l'affiche. Plus récemment, le film *White dog* (Hongrie, 2014) met en scène une révolte des chiens contre les hommes. Le scénario est le suivant : suite aux taxes très lourdes sur les chiens bâtards qu'un gouvernement impose afin de privilégier les chiens de race, les refuges d'animaux se retrouvent surpeuplés et des meutes de chiens abandonnés se forment et attaquent la population pour s'en venger. Une jeune fille qui est à la recherche de son chien abandonné se retrouve au cœur de l'intrigue. Dans cette parabole politique sur la Hongrie et sur le sort social des chiens, deux-

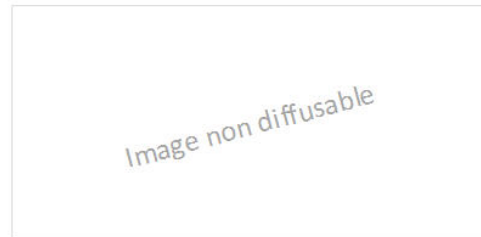
cent cinquante chiens acteurs ont été utilisés.<sup>344</sup> Au cinéma, les chiens ne se limitent pas à jouer l'ami de la famille ou le partenaire gênant d'un couple.

Illustration 3



*Apocalypse 2024* (1975)

Illustration 4



*Max, le meilleur ami de l'homme* (1993)

Le dessin animé, nous l'avons vu, exprime lui aussi une critique sociale. Dans *The Plague Dogs*, un roman de Richard Adams (1977) adapté en dessin animé en 1982, les personnages en fuite sont des chiens de laboratoire utilisés dans la recherche scientifique. Les dessins animés, nous l'avons vu, rendent également compte de l'évolution des races de chiens. Sur la question de la représentation d'une race canine, le chien *Petit Papa Noël* reflète une part de l'histoire de la race des lévriers.<sup>345</sup> Les épisodes dans lesquels le lévrier des *Simpsons* tient un

<sup>344</sup> La fiche du film est disponible sur ; <http://www.allocine.fr/film/fichefilm-228246>.

<sup>345</sup> « Le lévrier, autrefois symbole d'un sport d'élite européen, est rapidement devenu, sous l'influence de l'industrie sportive, un objet de jeu populaire en Amérique. Deux chiens illustrent en particulier cette évolution. [...] Le lévrier le plus populaire est aussi, cent ans plus tard, un représentant mâle de son peuple, mais il est plus typique de l'industrie américaine actuelle. Abandonné dans le premier épisode sur une piste car il perdait les courses, Petit Papa Noël est devenu le chien de famille le plus longtemps présent dans un dessin animé, les *Simpsons*. Restant fidèle à ses sauveurs improbables, le jeune Bart et son père Homer, ce lévrier a permis une satire de la culture canine contemporaine, depuis les méthodes de dressage autoritaires de Barbara Woodhouse jusqu'au caractère sans faille de Lassie. Dans un épisode, Petit Papa Noël devient père en restant fidèle à sa race. Il s'accouple à une femelle lévrier et donne naissance à 25 champions (avec au passage, une allusion railleuse aux dessins animés de Disney). Surprenante par sa rareté, cette image de lévriers ayant des relations sexuelles

rôle principal thématisent les évolutions telles que l'éducation, le dressage ou le coût financier d'opérations vétérinaires. De plus, les innombrables références culturelles de la série télévisée d'animation *Les Simpsons* renvoient à des œuvres telles que celles de Walt Disney afin de mieux s'en amuser.

La présence du chien dans le cinéma est importante. Sans rapport direct avec son jeu d'acteur, l'utilisation du mot chien dans les titres de films est un usage très répandu. L'association est majoritairement négative : *Les nouveaux chiens de garde* (2011), *Ma vie de chien* (1998), *Chien enragé* (1949), *Entre chien et loup* (2006), *C'est eux les chiens* (2014), etc. Cette pratique se retrouve du côté des jeux vidéo, par exemple dans des jeux de combats aériens (*Dogfigts*, date inconnue), jeux de tirs (*Mad dog McCree*, 1993), jeux de piraterie (*Sea Dogs*, 2002), etc. En ce qui concerne les chiens acteurs, ils montrent leur talent dans les comédies policières (*Chiens de flics*, 1989 ; *Turner et Hooch*, 1989 ; *Top dog*, 1995), sentimentales (*Toi, moi et mon chien*, 2008 ; *La main au collier*, 2005) ou les drames sociaux (*Un homme et son chien*, 2009). Le chien de cinéma fait écho aux transformations de la société dans lesquelles il est intégré comme sa place au sein d'une famille ou d'un couple. Dans la comédie française de Claude Berri et François Dupeyron *Tresor* (2009), la place envahissante d'un chien de compagnie dans la vie d'un couple fait écho aux conflits entre les femmes et les hommes. Cette comédie romantique qui fait du chien un faire-valoir, par la place centrale et décisive de chiens dans la famille, fait écho aux conflits qui émergent dans les interactions entre les humains et les chiens à travers le bouleversement qu'implique la présence du chien dans le foyer. À la même période, l'autre comédie *Bambou* (2008) de Didier Bourdon possède un scénario équivalent avec un cocker qui sépare le couple avant de le ressouder. Outre-Atlantique dans la comédie romantique *Marley et Moi* (2009), c'est l'acquisition d'un golden retriever qui permet au couple de s'épanouir. Au-delà des clichés et platitudes scénaristiques des scénarios, le cinéma scénarise des transformations concrètes comme la question de la garde du chien après le divorce qui est devenue une cause de litiges réelle.<sup>346</sup> Mais revenons-en maintenant aux chiens de la science-fiction.

Dans les jeux vidéo, quelques chiens figurent dans des univers post-apocalyptiques. Nous signalerons le berger allemand soldat du jeu *Call of Duty - Ghost* (2013), qui est un jeu de tir à la première personne située dans un futur proche en guerre et surtout le berger allemand

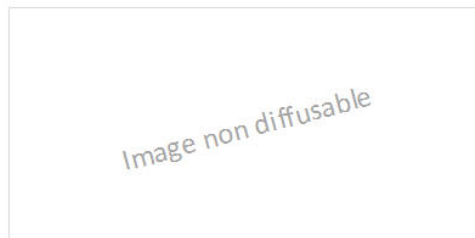
---

montre également comment cette race est devenue un moyen de représenter le chien à la fois comme compagnon fidèle et comme une bête obscène » ( Susan McHugh, *Des Hommes et des ... Chiens*, Lonay, 2005, p. 77-78).

<sup>346</sup> Victoria Vanneau, *Le chien. Histoire d'un chien de compagnie*, Paris, 2014.

Dog meat (Canigou dans la version française ) de la série post-nucléaire *Fallout* démarrée en 1997 dans laquelle les années 1950 aux États-Unis forment le cadre de départ chronologique. Survivants, les humains survivent dans des abris souterrains dans un XXI<sup>e</sup> siècle dévasté et rempli des créatures mutantes les plus horribles. Le chien Dog meat qui est apparu dans le premier opus sera plébiscité par les joueurs qui feront en sorte qu'il ne meure pas au cours du jeu. Ce plébiscite est ce qui explique sa longévité dans la série et l'éternité qu'il a acquise dans le jeu vidéo *Fallout 4* (2015) dont le scénario se déroule en 2077 : le Rintintin du jeu vidéo y a accédé à l'immortalité. Le chien Dog meat est une option du jeu si bien qu'il n'est obligatoire pour le joueur d'évoluer en sa compagnie. Il n'a pas d'histoire, ne parle pas et combat efficacement. Il est possible de le dresser et de lui lancer un frisbee à l'occasion ! Fidèle et honnête, Dog meat confirme la place des chiens auprès d'un humain isolé dans un monde détruit. Il serait inspiré du chien acteur du film *Mad Max 2* (1981) et de la nouvelle de science-fiction *A boy and his dog*. Au cinéma, le couple berger allemand et héros avait aussi été incarné à l'écran dans le film *Je suis une légende* (2007), lui-même basé sur le roman d'anticipation de Richard Matheson *Je suis une légende* paru en 1954.

Illustration 5

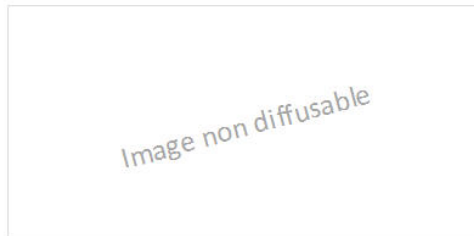


Le jeu vidéo *Call of Duty Ghosts* - PC (2013)

Illustrations 6



Illustration 7



Le fameux berger allemand Dog meat (Canigou) des jeux vidéo *Fallout* (2015)

Plus généralement, les genres de la science-fiction, du thriller et de l'épouvante représentent un bestiaire conséquent. Ce bestiaire est constitué d'araignées (*Tarentula*, 1955 ; *L'horrible invasion*, 1977 ; *arachnophobie*, 1990)<sup>347</sup>, de serpents et crocodiles (*Lake Placid VS Anaconda*, 2014 ; *Des serpents dans l'avion*, 2006), de dangereux poissons (*Piranhas*, 1978 ;

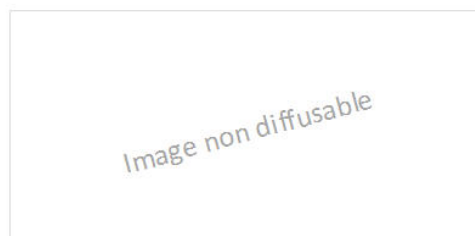
---

<sup>347</sup> Le dossier « 15 araignées qu'il ne vaut mieux pas croiser au cinéma », par Thomas Imbert, le 31 juillet 2017 sur <http://www.allocine.fr/diaporamas/cinema/diaporama-18666020/?page=5>.

*L'invasion des piranhas*, 1978 ; *Megapiranha*, 2010) et de nombreux autres animaux (*King-Kong*, 1933/1976/2005/2017 ; *Frogs*, 1972 ; *Les rongeurs de l'apocalypse*, 1972 ; *Orca*, 1977 ; *Les oiseaux*, 1963 ; *La nuit des chauve-souris*, 1999 ; etc.). La palme d'or de ce type de films qui oscillent entre les chefs d'œuvre et ce que l'on appelle communément les « nanards » du cinéma revient aux requins qui après la mer ont envahi les villes, le sable et les montagnes : *Les dents de la mer* (1975), *Les dents de la mer 2* (1978), *Les dents de la mer 3* (1983), *Les dents de la mer 4* (1987), *Les dents de la mer 5* (1995), *Panique sur la côte* (2005), *Killing sharks* (2008), *Beach shark* (2011), *Avalanche Sharks*, *les dents de la neige* (2013) ou *Ghost Shark* (2013), etc. Le film *Les dents de la mer* (1975) qui a été le premier *Blockbuster* de l'histoire du cinéma a été le film symbolisant les nouvelles stratégies du cinéma hollywoodien face à la concurrence de la télévision. Son succès a été exploité dans les jeux vidéo (arcade, salon) de différentes manières. Alors que dans certains jeux, le plongeur est l'avatar, d'autres jeux concrétisent l'hybridité de la cyberculture en offrant au joueur la possibilité d'incarner le requin destructeur. Dans les jeux vidéo *Kong* (2005) de l'adaptation du film de Peter Jackson, le joueur incarne tour à tour le héros et Kong : « incarnez un aventurier, incarnez Kong » est lisible au centre de la couverture du jeu. Dans le jeu *Spider* (1997) sur Playstation, l'avatar est un scientifique transformé en une araignée cybernétique. En résumé, la nouveauté apportée par le media jeu vidéo est la possibilité de devenir l'animal à l'écran et de le diriger. Alors que la couverture du jeu vidéo *Les dents de la mer* (2006) reprend l'image du cinéma sans la modifier, la logique du jeu en inverse les rôles !

Illustration 8

Illustration 9



Dans le jeu vidéo *Les dents de la mer* (2006) sur Playstation 2, le joueur incarne le requin.

Illustration 10



Dans le jeu vidéo *King-Kong* (PC, 2005), le joueur peut incarner Kong

Pour le chercheur, il est intéressant de remarquer que de nombreux scénarios de ces films, en plus d'exploiter les angoisses et peurs anthropologiques, se basent régulièrement sur l'idée d'une revanche animale sur les humains suite à des manipulations génétiques scientifiques et militaires, des captures, des abandons ou à la destruction, la pollution ou la maîtrise de la nature. L'impact humain et ses dérives sur la nature et les animaux se situent au cœur des histoires de ces films si bien que les animaux ne sont pas de purs prétextes. La série télévisée américaine *Zoo* démarrée en 2015 qui est basée sur le best-seller éponyme de James Patterson et Michael Ledwidge en témoigne à son tour et l'approfondit : suite à des attaques d'animaux sur des humains simultanées à une échelle mondiale, les animaux auraient développé une intelligence collective et s'opposent aux humains dans une lutte de pouvoir.

## 2. Le chien acteur de cinéma

Comme les chiens de concours, les acteurs canins ont pris de l'importance en Europe et en Amérique dès le début du XIXe siècle, avec l'intérêt du public pour les chiens et leur dressage. Pérennisant la mode pour les drames canins au théâtre, à son apogée en 1814 dans *Le chien de Montargis*, qui a débuté à Paris et a été traduit et joué 1100 fois uniquement en Angleterre, le premier chien vivant a pris dans les années 1920, le rôle de Toby dans le théâtre de marionnettes traditionnel de *Punch et Judy*.<sup>348</sup>

Engagées dans le cinéma, la télévision et la publicité, les présences animales au sein de ces productions ne sont pas négligeables et sont liées à d'autres types d'utilisations animales. Le cinéma n'est aucunement le premier lieu où s'exerce le talent des animaux. En effet, il semble être le prolongement des exhibitions et des spectacles d'animaux de théâtre, de cirque et de rue dans lesquels des prouesses telles que l'acrobatie, la danse ou le jeu d'une pièce étaient jouées. Nous précisons que la contrainte et la torture ont été mises au service de cette recherche de plaisir. Pour prendre le cas des chats, le terrible « orgue à chats » qui consista à enfermer des chats sur lesquels des pointes reliées aux touches les piquaient afin de les faire hurler en est la manifestation absolue. Quant à la paternité de l'orgue, le père Athanase qui en est jugé être l'inventeur<sup>349</sup> a possiblement repris l'idée d'un orgue à chats utilisé à Bruxelles en 1545 afin de distraire Charles Quint où il s'agissait d'un ours appuyant sur les touches de l'orgue !<sup>350</sup> Il existe d'autres types de manifestations publiques : aux XVIe et XVIIe siècles, des gravures attestent l'existence de chats mélomanes associés à des montreurs. Pour en revenir aux chiens, des chiens mélomanes sont présents à Paris au début du XXe siècle durant lequel des chiens se produisent sur scène tel ce quatuor de chiens qui se serait produit dans un théâtre situé sur les Grands Boulevards. Préalable à l'utilisation massive du cheval dans les spectacles, la mise en spectacle du dressage d'animaux remonte à l'Ancien Régime. Le phénomène des chiens savants du XIXe siècle en est la célèbre consécration. Cela étant, il est important de ne pas évacuer la part de l'animal qui dans certains cas n'est pas sous le joug de l'humain. Certains chiens se révélèrent d'eux-mêmes être des auditeurs de musique. Le chien prénommé *Parade* est resté dans les mémoires de l'époque pour s'être rendu seul à des salles

---

<sup>348</sup> McHugh, 2005, p. 107.

<sup>349</sup> Laurence Bobis, *Les neuf vies du chat*, Paris, 1991, p. 76.

<sup>350</sup> Martin Monestier, *Les animaux célèbres*, Paris, 2008, p. 180-181.



parisiennes de renom dont il ne sortait qu'une fois le spectacle terminé.<sup>351</sup> C'est pourquoi nous émettrons l'hypothèse suivante : n'est-il pas plausible que le cinéma et plus tardivement la télévision constituent un prolongement des exhibitions animales ? Cela consisterait en un déversement de l'exhibition animale au sein de l'espace public c'est-à-dire collectif, dans un espace professionnel défini et délimité (cinéma, télévision) diffusé dans des espaces de visionnement délimités, qu'ils soient collectifs ou privés. Ainsi, historiquement, l'exhibition animale se serait médiatisée, ce qui dans les faits, l'a très certainement décuplée, passant d'un *topos* public à un *topos* plus privé.

Aujourd'hui, à l'image du rescapé Jones du vaisseau spatial d'*Alien, le huitième passager*, des animaux vivants à peaux, poils, plumes, écailles et os sont encore au travail dans les studios de cinéma. À l'opposé des théâtres du XXI<sup>e</sup> siècle qui montrent des réticences à faire monter des animaux vivants sur les scènes de théâtre, le chien en chair, en os et en talent demeure *The Artist* (2011) non muet du cinéma. Le cinéma possède un avantage structurel indéniable sur le théâtre : le septième art est dans la capacité de mieux contrôler le face à face entre les acteurs humains et les acteurs animaux non humains. Les scènes ne sont pas jouées en direct. Elles sont enregistrées, coupées et montées. Au théâtre, les questions pragmatiques de la mise en scène des animaux sont plus complexes du fait de l'imprévisibilité, de l'odeur, du direct ou de celui de l'espèce animale.<sup>352</sup> Ce contrôle se distancie de l'acte de la représentation du théâtre qui laisse à l'animal une marge de manœuvre plus incontrôlable. En plus des acteurs sur scène, le public détient une capacité directe de gêne sur le jeu sur scène : nous pensons bien sûr à Milou qui sans permission répondit du balcon au chant du Rossignol milanais en pleine représentation dans l'album *Les sept boules de cristal* (1948). L'interdiction des animaux dans les cinémas ne vise donc pas les acteurs mais le public face à l'écran. Les animaux peuvent se consoler en tenant un rôle à l'écran !

Dans le septième art, les animaux acteurs (ou figurants) se démarquent par leur talent individuel inné et acquis ou celui qu'on leur a attribué après un long casting telle Marguerite du film *La vache et le prisonnier* (1959) qui fut sélectionnée en raison de son caractère et de son allure parmi six cents vaches. Au cinéma, parmi les plus célèbres, les chevaux, les chats, les chiens et dans une moindre mesure les chimpanzés et les ours sont les animaux les plus représentés à l'écran. Les performances physiques, le comportement de l'individu animal et

<sup>351</sup> *Id.*, 2008, p. 181.

<sup>352</sup> Elina Jolivet, *La place de l'animal au théâtre*, Thèse, 2012.

ses capacités de jeu annoncent une possibilité de carrière. En devenant des célébrités, leur valeur augmentant, ces acteurs se voient suppléés par des doublures lors des tournages. Dans quelques cas, l'acteur animal acquiert une notoriété. Si le cheval *Mister Ed* de la série américaine télévisée ne possède pas d'étoile sur « Le chemin de la renommée d'Hollywood » comme *Lassie*, *Rintintin* ou Uggie du film *The Artist*, la gloire du célèbre cheval d'après-guerre impressionne :

Mister Ed reçoit pour l'ensemble de ses prestations un Patsy award, l'oscar des animaux. Sa notoriété est difficilement imaginable. Première page de grands journaux nationaux, émissions de radio, disques, vidéos, chansons à sa gloire, livres à colorier pour les enfants, paquets de diapositives, costumes Mister Ed pour déguisements, bandes dessinées et un nombre impressionnant de biographies. Citons *Le fameux Mister Ed*, *Mister Ed le cheval parlant*, *Mister et moi* ou encore *L'original Mister Ed*.<sup>353</sup>

Car *Mister Ed* est un cheval très bavard, en plus de démontrer une différence entre le cheval de cinéma et celui de dessin animé, il nous achemine aux points suivants de l'analyse qui sont la production télévisuelle, le trucage et le primat de la voix. Le cinéma n'est pas le seul à être investi par l'animal acteur. En plus des séries télévisées liées aux films, des chiens tiennent la vedette dans plusieurs séries et sitcoms télévisées. Les chiens se retrouvent au premier plan de séries et sitcoms à succès destinées aux adultes. Les exemples pourraient être multipliés mais ce qui est déterminant pour nous est qu'à côté des stars canines de premier rang, les chiens sont des acteurs et des figurants de productions pour la télévision répartis sur plusieurs registres (ex : le chien policier, le chien compagnon). Parmi eux, certains chiens acteurs ont acquis une grande notoriété, par exemple, l'acteur canin Higgins des films *Benji la Malice* savait éternuer, bailler ou encore pleurer sur ordre. Le chien *Jean* des studios *Vitagraph*, l'acteur *Strongheart* qui fut le premier berger allemand du cinéma, le berger allemand *Ace* nommé comme *Rintintin* « le chien merveilleux » ou les différents interprètes canins de *Rintintin* ou encore le chien Pal qui fut le premier à incarner *Lassie* avant que sa propre descendance reprenne le rôle. Le cas de Pal est intéressant dans le sens où le talent d'acteur des interprètes est généalogisé puisque seuls les descendants directs du chien Pal (un mâle colley) sont reconnus comme légitimes. En 1997, une chaîne de télévision canadienne qui dérogera à la règle se verra fortement critiquée par les adeptes humains du chien héros.<sup>354</sup> Une des issues qui évitent ce genre de conflits est la réalisation d'un dessin animé, c'est-à-dire la transformation d'une famille de chiens acteurs en un animal de crayon. Dans cette série de

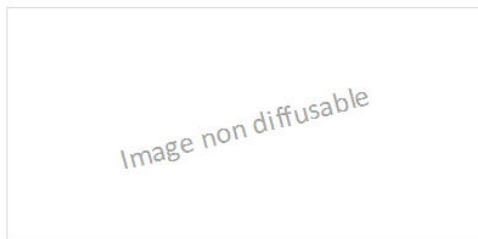
---

<sup>353</sup> Monestier, 2008, p. 149.

<sup>354</sup> *Id.*, 2008, p. 147.

vingt-six épisodes réalisée en 2013 qui se dévoile dans le Parc naturel du Grand Mont dans les rocheuses, *Lassie* est liée à Zoé, âgée de 10 ans et passionnée par les espèces protégées, un intérêt hérité de son père Rangers et sa mère vétérinaire. L'inverse aurait été plus surprenant. Les adaptations de chiens acteurs en jeux vidéo sont très rares mais existent.

Illustration 11



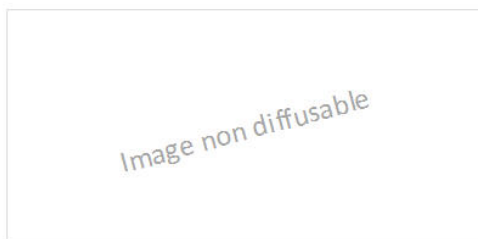
Le film *Beethoven* (1993)

Illustration 12



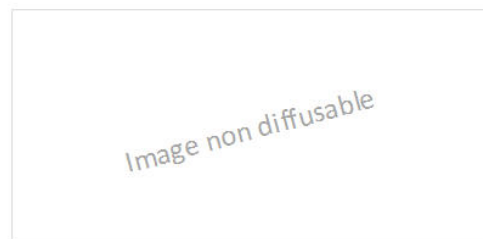
Le film *Lassie* (2008)

Illustration 13



Le jeu vidéo *Beethoven*, Super Nintendo (1993)

Illustration 14



Le dessin animé *Lassie* (2013)

Une histoire des animaux acteurs qui dépasse la simple histoire culturelle des animaux reste à établir. L'étude des écoles de dressage permettrait d'appréhender les conditions de formation professionnelle, c'est-à-dire le recrutement, le dressage et la formation professionnelle, etc. Il serait aussi envisageable de réaliser des biographies interdisciplinaires d'acteurs animaux afin d'appréhender leur entrée dans le secteur, la vie d'acteur et la fin de carrière afin d'en dégager les règles structurantes générales de l'utilisation des animaux. L'étude de l'origine et du destin des acteurs canins relève une grande importance car elle introduit le vécu réel de l'animal. Elle nous en montre les coulisses. Du côté des chiens, nous savons que l'acteur de *Strongheart* est un chien attaché à l'origine aux services de police allemands ramené aux États-Unis en 1920 ou bien que le tout premier interprète canin de *Rintintin* était un chiot trouvé après un bombardement par un soldat américain durant la première guerre mondiale. Quant à la fin de carrière de *Lassie*, après avoir été « exploité » sur le long terme, l'acteur Pal qui obéissait à une centaine d'ordres, lâché pour une somme modique par la MGM à l'âge de quatorze ans, sera exhibé dans des salles de spectacles par Rudd Weatherwax qui en avait racheté les droits d'exploitation. Face aux réalités des chiens dans nos sociétés, le traitement des animaux dans le cinéma et l'audio-visuel n'appartient pas aux priorités de la protection animale confrontée à la production intensive de races animales, aux trafics internationaux, aux mauvais traitements, à la disparition d'espèces, à la pollution (déchets, pesticides, plastique, rejets toxiques), à la toute-puissance destructrice des industries, à l'expérimentation animale, etc. Toutefois, le sort de ces animaux de spectacle a été pris en considération par des associations de protection telles que *Peta* et en France, la fondation *30 millions d'amis* qui a mis au point une charte en 1995.

La situation est ambiguë. D'un côté, les animaux acteurs se voient « sauvés » par le cinéma lorsqu'ils sont récupérés dans des refuges. Cela concerne plusieurs chiens acteurs, dont ceux des films *Benji I, II et III*. De même, la narration (anthropomorphisée) de films est fondée sur l'expérience du chien. Le film *Benji la malice* (1974) témoigne très clairement de la volonté des humains de se rapprocher du vécu du chien et de le montrer à l'écran via le tournage d'un film. Le chien devient la caméra avec laquelle l'action est montrée : « La trame est une histoire entièrement racontée du point de vue du chien. Les prises de vue de la caméra (spécialement modifiée pour la circonstance) se situent à la hauteur des yeux du chien ».<sup>355</sup> De l'autre côté, l'idéalisation et le degré de perfection des chiens acteurs dont le colley *Lassie* est

---

<sup>355</sup> André Demontoy, *Dictionnaire des chiens illustres. À l'usage des maîtres cultivés*, Paris, 2013, p. 80.

le prototype transforment les représentations de ces races canines dans la société. Le décalage entre le chien de fiction et le chien de la vie réelle dessert les chiens, causent des frustrations et abandons. Cet impact de la fiction sur le destin des animaux réels ne doit pas être sous-estimé puisque de véritables tendances sont lancées par ces productions au détriment des animaux réels : le film d'animation *Zootopia* (2016) de Disney a créé un marché illégal de fennecs en tant qu'animaux de compagnie. *Le monde de Némó* (2003) a eu un impact sur la demande de poissons-clowns et leurs conditions de vie. Le film *Harry Potter* a créé un intérêt pour la possession de chouettes alors que les chiens de l'écran ont créé un engouement pour certaines races de chiens : le colley (*Lassie*), les dalmatiens de Disney, les chiens de berger anglais (*Quelle vie de chien*, 1959) ou plus récemment les chihuahuas<sup>356</sup>. S'il suffit parfois d'un film, l'intérêt naissant pour une race de chiens prend également son origine dans un réseau médiatique complexe. Le chihuahua fut une mascotte de spot publicitaire dans lequel un chien vivant parle dans la fin des années 1990 aux États-Unis<sup>357</sup>, un animal des films *La revanche d'une blonde* (USA, 2001), *La blonde contre-attaque* (2003), *Blondes pour la vie* (USA, 2009) et enfin *Le(s) chihuahua(s) de Beverly Hills 1, 2 et 3* (USA, 2009, 2011, 2012). Le chihuahua se retrouve du côté de la poupée blonde Barbie dans les gammes de jouets, au côté de stars médiatiques telles que Paris Hilton et des jeux vidéo. En effet, une des versions du jeu japonais *Nintendogs* (2005) est *Chihuahua et ses amis*. En résumé, le phénomène du chihuahua est multimédiatique puisqu'il est généré par la presse, le cinéma, la publicité, les jouets, les jeux vidéo, etc.

---

<sup>356</sup> « Le dossier 10 films et séries qui ont lancé des modes d'animaux », Thomas Imbert, 2.07.2017 sur <http://www.allocine.fr/diaporamas/cinema/diaporama-18665017/?page=7> ; « 10 movies that inspired Pet Trends » Michele Debczak, 29.12.2015 sur <http://mentalfloss.com/article/71877/10-movies-inspired-pet-trends> ; « Hollywood's bought and abandoned fad dogs », Alisa Manzelli, sur <http://www.globalanimal.org/2013/03/15/hollywoods-bought-abandoned-fad-dogs/>.

<sup>357</sup> La publicité Taco Bell (1998) est disponible sur : <http://www.culturepub.fr/videos/taco-bell-chihuahua/>.

Illustration 15



Le jeu vidéo *Nintendogs* (Nintendo DS, 2005)

### 3. La voix de son maître (doubleur) : le chien de pâte à modeler

Ça n'a pas été facile, car la langue et la gorge d'un chien ne sont pas conçues pour des sons articulés. Mais la chirurgie a pallié cela...d'abord par un expédient...une intervention chirurgicale suivie d'une greffe. Mais maintenant...maintenant, j'espère, je crois...mais il est encore trop tôt pour se prononcer...<sup>358</sup>

Le film grand public destiné à la famille et aux enfants est le genre dans lequel le chien est surreprésenté. Le chien et les apparitions canines à l'écran témoignent de l'ampleur du travail de recherche latent, surtout qu'à l'heure des vidéos amateurs postées sur le web et échangées, ce ne sont plus des acteurs mais des non professionnels qui deviennent des stars du cinéma improvisé. L'animal quelconque est intégré à la réalisation d'un film. Néanmoins, l'animal de cinéma n'a pas encore dit son dernier mot !

En plus du dressage, de l'aura de l'individu animal et des talents de comédien, l'amélioration des acteurs par l'utilisation de la technique est croissante. Alors que les acteurs possèdent des doublures et que des faux et trucages sont utilisés, l'utilisation du numérique a augmenté les

---

<sup>358</sup> Clifford Simak, *Demain les chiens*, Paris, 2015, p. 96-97.

possibilités de manipulations des corps animaux et humains. L'époque à laquelle on donnait du beurre de cacahuète au célèbre cheval *Mister Ed* pour lui faire bouger ses babines avant de synchroniser la scène est révolue. Aujourd'hui, plusieurs modalités sont mises à contribution. Tout d'abord, il faut distinguer la parole des mouvements faciaux. Dans les films *L'incroyable voyage* (1993) et *L'incroyable voyage à San Francisco* (1996), les deux chiens mâles et le chat féminin possèdent une voix qui les personnifie mais ne fait pas bouger les lèvres. Le téléspectateur écoute les personnages parler mais ne les voit pas articuler de sons. Les voix françaises des trois personnages reforment le trio d'acteurs du film de Jean Poiré *Les visiteurs* (1993), à savoir Christian Clavier, Jean Reno et Valérie Lemercier. Chaque animal possède une voix qui est une voix humaine existante. Il ne s'agit pas d'une imitation ou d'une pratique ventriloque collective lorsqu'un seul acteur humain « double » l'ensemble des animaux à l'écran. L'émission télévisée à succès *La vie privée des animaux* diffusée en France à la télévision dans les années 1990 dans laquelle le comédien Patrick Bouchitey donnait sa voix à tous les animaux en est le modèle. La voix personnalisée (narrative) d'un acteur canin dans un film n'est pas tombée en désuétude. Elle n'est pas non plus systématiquement basée sur une voix humaine célèbre et ne signifie pas que le chien partage sa vie intérieure. Dans le film *Mes vies de chien* (USA, 2017) adapté du roman de W. Bruce Cameron, le chien est entièrement dévoué à ses propriétaires. La fidélité et le service rendu aux humains structurent ses existences. Réincarné en différentes races (golden retriever, labrador, berger allemand), le personnage canin parle d'une voix-off narrative. Ses différentes vies sont justifiées par une mission parce que seuls les humains qu'il accompagne sont la raison d'être de ce chien réincarné : « J'avais un nouveau but. On avait encore besoin de moi [...] Quel est le but de mon voyage ? Mais si j'arrive à vous sentir aimé j'aurais atteint mon but ». <sup>359</sup> Il s'agit donc d'être prudent dans notre analyse : le fait de parler ne signifie pas que le chien possède une individualité.

L'autre transformation consiste à animer le visage et le corps entier de l'animal. Les lèvres des chiens et chats bougent littéralement à l'écran. Cette pratique de modelage se retrouve dans la publicité télévisée, les séries télévisées. Au cinéma, c'est le cas dans *Les chihuahuas de Beverly Hills*, dans *Comme chiens et chats* (2001, 2010) ou la série *Buddy* dans laquelle les Golden retriever se montrent sportifs et explorateurs : *Air Bud* (Basketball) (1997), *Air Bud*:

---

<sup>359</sup> Extrait de la bande annonce française du film, visionnée le 13.09.2017 sur [http://www.allocine.fr/video/player.gen\\_cmedia=19568749&cfilm=240013.html](http://www.allocine.fr/video/player.gen_cmedia=19568749&cfilm=240013.html).

*Golden Receiver* (Football américain) (1998), *Air Bud: World Pup* (football) (2000), *Air Bud: Seventh Inning Fetch* (Baseball) (2002), *Air Bud: Spikes Back* (Beach Volleyball) (2003) ; *Air Buddies: Air Buddies* (2006), *Snow Buddies* (2008), *Space Buddies* (2009), *Santa Buddies* (2009), etc. Cette anthropomorphisation est de surcroît vocale et identifiable. Les voix des animaux ne sont pas désincarnées. Cette caractéristique humaine est un argument dans la promotion des films et des dessins animés. La mention « avec la voix de... » est précisée sur les affiches de cinéma de films et de films d'animation. Alors que des doubleurs se retrouvent au sein de différentes productions et deviennent des habitués du genre, d'autres prêtent leur voix à une reprise. Voici un panel de voix humaines de lions, poulets, requins et mammifères marins, animaux de zoo et perroquets : *Le Roi lion* (1994) avec la voix de Jean Reno. *Chicken Run* (2000) utilise les voix de Gérard Depardieu, Valérie Lemercier, Claude Piéplu, Josiane Balasko et Henri Guybet. Le film d'animation *Gang de requins* (2011) utilise les voix de Patrick Timsit, Éric et Ramzy, Jean Benguigui, Virginie Ledoyen et Ludivine Sagnier. L'autre film d'animation *Madagascar 3, bon baisers d'Europe* (2012) parle avec les voix de José Garcia, Anthony Kavanagh, Marina Fois, Michael Youn. Enfin, les perroquets de *Rio 2* (2014) nous font écouter les voix de Lorànt Deutsch et Laetitia Casta. Nous terminerons par nommer les voix les plus pérennes de France que sont Philippe Hernandez, Micheline Dax et surtout la légende du doublage qu'est le comédien Roger Carel : il est la voix d'Astérix et Idéfix, de Mickey Mouse, de Kaa le serpent dans *Le livre de la jungle*, de Jiminy Criquet dans *Pinocchio*, de Pongo dans *Les 101 dalmatiens*, du chat du Chester dans *Alice au pays des merveilles*, de Roquefort et Lafayette dans *Les Aristochats*, de Wally Gator des studios Hanna-Barbera, de Winnie l'ourson, coco Lapin et Porcinet, de Kermit dans *Les Muppets* sans oublier celles de Charlie Chaplin dans *Le dictateur*, de C-3PO et Z-6PO dans *La guerre des étoiles* et de Fred Pierrafeu !<sup>360</sup> Outre-Atlantique, chez les animaux de la Warner, Mel Blanc était reconnu comme « l'homme aux mille voix » : Bugs Bunny, Porky Pig, Daffy Duck, Charlie le coq, Sylvestre, etc. Du côté du chien acteur à présent, le comédien français Omar Sy donna sa voix à l'adaptation cinématographique du chien de comics *Marmaduke* (2010), acteur chien pour l'occasion. En ce qui concerne la promotion directe du film, les bonus des supports comportent les interviews de célébrité(s) qui expliquent le lien entretenu et l'investissement effectué par les acteurs humains avec le personnage animal du film, qu'il soit

---

<sup>360</sup> La rétrospective réalisée par le site consacré au doublage (11min) <http://www.allodoublage.com> est disponible sur [http://www.dailymotion.com/video/xn86pj\\_roger-carel-retrospective\\_shortfilms](http://www.dailymotion.com/video/xn86pj_roger-carel-retrospective_shortfilms).



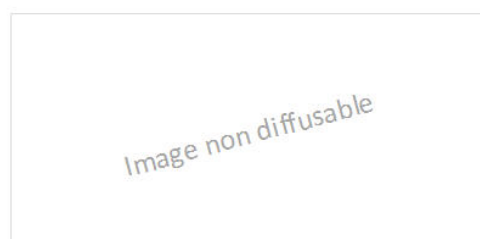
un animal fictif ou un animal vivant. La voix représente plus qu'un simple enregistrement dans le sens où les acteurs humains qui donnent leurs voix aux animaux réels ou fictifs, les incarnent en dehors du film. Ils sont les artistes qui tiennent ces marionnettes par des fils sonores. En effet, les acteurs humains participent activement à la promotion, que ce soit sur des plateaux de télévision, de radios ou de festivals et dans la presse. Nous pouvons dès lors poser la question de l'hybridité que forme le binôme dans la construction identitaire des personnages fictifs de films et parallèlement, celle de l'acteur doubleur identifiable au personnage. Une étude systématique approfondie du travail de doublage serait nécessaire.

Illustration 16



L'acteur Neil Patrick Harris double un chien réel

Illustration 17



L'actrice Bette Midler double un chat numérique

Cette tendance n'est pas exclusive au cinéma (films, dessins animés et films d'animation). Les jeux vidéo sont concernés par le primat donné à la langue du jeu et aux voix. La différence est que seule la créature fictive est doublée. En France, plusieurs facteurs contribuèrent à implanter le français comme langue dans les jeux vidéo face à l'anglais qui fut la langue des vingt premières années, notamment la loi Toubon de 1994 qui imposa la présence de la langue française dans les produits distribués en France. De son côté, la firme

française Ubisoft avait déjà entamé une logique de traduction au sein de ses jeux. Techniquement, l'arrivée du CD Rom augmenta de loin les capacités de mémoire. En rapport à la provenance des voix, à côté des doubleurs qui proviennent de la télévision, des célébrités du cinéma sont sollicitées : « Une première. Une mode venue, comme souvent des États-Unis où la plupart des sociétés, à l'image de Disney, cherchent systématiquement à conserver la voix des personnages sur l'ensemble des supports dont les jeux vidéo. Une démarche qui, au fil des ans, a également séduit les éditeurs français ».<sup>361</sup> Scènes de doublage *Comme chiens et chats - La revanche de Kitty Galore* (2009, Warner Bros)<sup>362</sup>

Plus que la création par ordinateur du mouvement des lèvres du chien acteur, dans le film *Marmaduke* (2010), c'est l'intégralité du corps du dog danois aux lunettes de soleil qui surfe sur une planche de surf et danse de manière acrobatique sur la musique disco. Cette plasticité du chien vivant trouve son explication dans l'origine du personnage : à l'origine, *Marmaduke* est chien de bande dessinée américaine ! Dans le film *Boule et Bill* (2013), le cocker Bill s'envole à l'aide de ses oreilles durant une scène digne de la bande dessinée et de manière générale, les effets spéciaux transforment les capacités motrices et physiques du chien. Le meilleur ami des enfants et de toute la famille revêt plusieurs costumes : il est un chien vampire surnaturel dans *Un chien croc bien* (USA, 2012), un chien volant parodiant Superman dans *Underdog* (USA, 2007), un chien robot dans *Robo-dog* (USA, 2015), un chien expert en arts martiaux dans *Karate-dog* (USA, 2005) ou un chien très anthropomorphe lorsque des acteurs humains les incarnent dans les comédies familiales *Didier* (France, 1997) ou *Raymond* (USA, 2005) qui est un remake du film *Quelle vie de chien !*

D'autres animaux sont concernés par ces transformations, par exemple les animaux du zoo du film *Zookeeper* (2011) dans lequel un gardien de zoo est aidé par les pensionnaires parlants ou les films *Dr Dolittle* (1998-2009) dans lesquels un vétérinaire et des animaux possèdent le don de se parler. Ces animations modifient à l'écran les animaux vivants acteurs par l'usage de puissants logiciels informatiques. Il n'est pas question d'une transformation totale des animaux mais de leur ajouter une capacité supplémentaire. Ces modifications décuplent les capacités physiques et intellectuelles mais ne se substituent pas à l'animal. Le fait de parler ne signifie pas que le chien n'aboie plus. De plus, le chien acteur non modifié numériquement demeure très présent dans les films destinés à la famille et aux enfants. Son rôle de partenaire

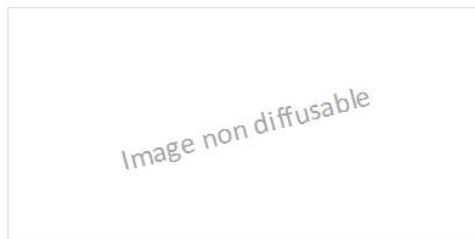
<sup>361</sup> « Doublage : Les comédiens donnent la voix », *IG L'esprit du jeu vidéo*, n°21, août-septembre 2012, p.122.

<sup>362</sup> Ces images sont tirées du site web <http://www.cinemotions.com> le 28.04.2016.

de l'enfant et de médiateur du lien familial y est fondamental. Que l'on songe aux nombreux films *Beethoven* (1991 - ) avec le saint-bernard !

Finalement, avec la croissance de l'augmentation technique fictive du chien, l'informatique a rattrapé la science-fiction afin de faire rire les (grands) enfants devant leurs écrans en les faisant danser, parler, disparaître ou voler dans les airs !

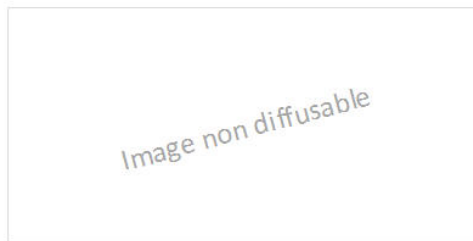
### Illustrations 18



*Marmaduke* - Omar SY (avec la voix de) (2010)

## II. Le documentaire animalier

### Illustration 1



Le jeu vidéo *Le Roi Lion*, 1994

De prime abord, le fait de relier le documentaire animalier prétendu objectif à la fiction de cinéma et de télévision peut paraître incongru. L'objectivité scientifique et éducative prétendue du genre documentaire animalier est censée nous éloigner au plus fortement des scénarii et mises en scène des cinéastes de fiction. Le documentaire animalier revendique l'animal authentique préservé de la main de l'humain et non un rôle joué devant les caméras. L'animal se doit d'être mystérieux, sauvage, inconnu, énigmatique, sensationnel. C'est à une plongée dans la nature où lutte la loi de la jungle que le téléspectateur est convié. Ce genre cinématographique ancien s'inscrit dans la continuité de la pratique d'observation des animaux, c'est pourquoi la reconstitution de son histoire sort de notre trajectoire. Ce qui nous préoccupe sont les deux caractéristiques rattachées à notre archéologie du jeu vidéo et son évolution : sa numérisation et emprunts médiatiques. Nous commencerons par passer non du coq à l'âne mais du chien au lion, et retour.

## 1. La chirurgie numérique : Si les lions pouvaient parler, essai sur la condition animale

Notre analyse se base sur le documentaire audio-visuel *Pas Banal, l'animal* réalisé par la BBC dans lequel les secrets de fabrication de tournage du film cinématographique *Le clan des Rois* (BBC, 2004) sont dévoilés. Ce qui ressort est l'enchevêtrement inextricable entre la capture du mouvement de l'animal, sa « traduction » technique et les manipulations exercées sur animaux vivants acteurs<sup>363</sup>. Les frontières de genre entre le documentaire animalier, le film d'aventure et le film d'animation se révèlent poreuses.

Le réalisateur John Downer, par son parcours professionnel et ses références mentales, incarne à lui seul cette porosité. Professionnel expérimenté dans le documentaire animalier, il affirme que l'idée du film lui est venue lors du tournage de son documentaire intitulé *Un espion dans la tanière* pour lequel une caméra dissimulée dans un rocher mobile avait été construite afin de rentrer au plus près physiquement de la vie des lions sans les effaroucher. Avec cet espion technique que représente la caméra camouflée, un accès visuel à la tanière des lions sauvages a été réalisé. Il fut confronté à une scène familiale d'une lionne dans laquelle elle tendit une patte avant que son lionceau utilisa comme coussin. Cette scène a été jugée très intime par John Downer. Il explique qu'il a comparé cette scène vécue et de la rapprocher de ce qui a imprégné ses représentations : « c'était comme dans un dessin animé » s'est-il dit. Naquit chez lui l'envie de quitter le documentaire animalier afin de produire une fiction dans laquelle, nous reprenons ses mots, « se produisent des choses stupéfiantes basées sur ce que les lions sont dans la réalité ». En rapport les acteurs du film, ce sont plus de cinquante lions sauvages et semi-dressés qui ont participé au tournage. Les fauves africains vivent en semi-liberté dans des enclos qualifiés d'immenses par l'équipe de tournage du film. Nous apportons la précision que l'argent gagné par les acteurs sert à les nourrir et à rééduquer d'autres lions sauvages africains rescapés. Une fois la capture physique des animaux obtenue, la capture de leur mouvement est nécessitée. Elle se doit d'être la plus authentique possible. Ainsi, dans le cadre de la prise d'une scène de prédation, une chasse fut réalisée en faisant courir les acteurs derrière un morceau de viande relié à un câble suspendu ! Quant à la détention des lions, ces enclos ont été qualifiés de loges naturelles par l'équipe de tournage. Ne serait-il pas dans l'intérêt premier des lions de devenir acteurs afin d'avoir l'opportunité

---

<sup>363</sup> Le documentaire *Pas banal, l'animal*, BBC, (24 min) diffusé sur Arte en septembre 2012.

de rester en vie ? Ce jugement porté par les humains capteurs sur le bien-fondé des modalités de maintien forcé des animaux n'est pas original en soi. L'encagement trouve toujours une sortie argumentative. Que l'on se réfère aux récents travaux portant sur les modalités d'enfermement de bêtes<sup>364</sup> ou bien sur l'évolution moderne des parcs zoologiques dans leur désir de nature, l'ère « des cages sans barreaux » inaugurée en 1907 à Stellingen fait perdurer cette maîtrise de l'humain sur l'animal captif.<sup>365</sup> Selon nous, les « loges naturelles » des lions s'inscrivent dans la continuité. En ce qui concerne les transformations techniques réalisées sur les animaux, c'est le studio Jim Hesson de Londres connu pour *Les Muppets* ou les films *Babe, le cochon* qui les a créées. L'historique du studio démontre la porosité entre les genres. Pour *Le clan des lions*, une équipe de trente techniciens a travaillé sur les lions afin de générer les dix-sept minutes de dialogues félins sur le total du film de quatre-vingts minutes. L'opération dura neuf mois. Mais comment, de manière pragmatique, faire parler un lion a-t-il été rendu possible ? Nous reprenons ici des passages du documentaire.

Extrait 1 :

Le studio : Pas facile. Pour faire parler ce grand mâle on utilise la séquence réelle tournée avec lui, on trouve ensuite une méthode pour remplacer le visage du lion par un modèle numérique. Il faut que ce modèle épouse parfaitement la tête du lion original

La journaliste : Est-ce que vous animez juste la région de la bouche ou bien le visage tout entier ?

Le studio : Pour la séquence de ce lion on a pris tout le visage. [...] On a aussi éliminé les moustaches. On en a créé de nouvelles. On lui a donné des moustaches numériques et celles-ci sont animées lorsqu'il parle. Ce qui rend la scène plus vraisemblable.

La journaliste, confrontée au résultat : C'est absolument incroyable. En fait vous éliminez entièrement le visage de la séquence filmée pour de vrai, vous la décapez en quelque sorte, vous en créez une toute neuve numérique et vous habillez le lion de ce nouveau visage.

Le studio : C'est absolument ce qu'on essaie de faire.

La journaliste : C'est un peu sinistre (rires communs). Au total ce sont environ 4 millions de poils qui seront posés sur le visage numérique du lion. Les poils authentiques sont rasés et les poils numériques remplacent les vrais.

---

<sup>364</sup> Corinne Beck et Fabrice Guizard (éd.), *La bête captive au Moyen Âge et à l'époque moderne*, Amiens, 2002.

<sup>365</sup> Éric Baratay et Elisabeth Hardouin-Fugier, *Zoos. Histoire des jardins zoologiques en occident (XVIe-XXe siècle)*, Paris, 1998.

## Extrait 2

On ne peut pas vraiment se préparer à jouer un lion. J'ai seulement vu des lions dans un zoo. Mais j'ai vu pas mal d'animaliers pour connaître un peu les lions [...] Je n'arrive pas vraiment à rugir puisque ça fait mal à la gorge. Le but n'était pas vraiment de rugir comme un lion mais de produire un son qui allie des caractéristiques humaines et léonines. Ce ne serait pas bien de parler en grognant. Dans la réalité les lions ne parlent pas euh non, non, j'suis désolé ! Bien sûr que les lions parlent, qu'ils ont des émotions, qu'ils vivent les mêmes aventures que nous.

La voix off s'intercale : Tout à fait Martin. Les lions parlent. Ils ont des émotions et vivent des aventures dont nous rêvons tous.<sup>366</sup>

La révélation des secrets de fabrication, en plus de vanter les résultats obtenus, est d'un grand intérêt. Le reportage *Pas banal, l'animal* nous permet d'observer de l'intérieur le télescopage entre le film d'animation, le cinéma et le documentaire animalier. Le savoir-faire technique du réalisateur, anciennement documentariste animalier, est réinjecté. Cette production composite tend à montrer l'extraordinaire de la vie des animaux, non pas par la mise en scène humaine de son imagination et fantaisie, mais par la possibilité d'accéder à la réalité quotidienne des lions. Cette fiction a pour but proclamé de transporter le spectateur et d'approcher au plus près la vie authentique des animaux. Le documentaire animalier, par ses bricolages techniques (la caméra espionne camouflée), introduirait plus d'authenticité de vécu animal dans la fiction. Selon nous, il n'est pas anodin que le réalisateur se réfère au dessin animé à la vue d'une scène jusque-là insoupçonnée filmée de proximité entre une lionne et son petit. En effet, ce rapport affectif a surtout été mis en scène du côté de la fiction. L'anthropomorphisme faussé et malsain décrié par des détracteurs adultes bien-pensants a été confirmé par le documentaire animalier. Sans dénigrer l'objectivité du documentaire animalier, il semblerait que sur certains points, le soi-disant parti-pris des dessins animés ait précédé de loin la véracité objective des adultes.

Quant au processus de « traduction » numérique de l'animal vivant lors de la fabrication de son double dans le film, les extraits soulèvent de nombreuses inquiétudes. En rapport à la voix, il faut savoir que les animateurs s'inspirent des acteurs lors de l'enregistrement pour créer le mouvement des lèvres des lions. Ils prennent donc l'humain comme point de départ avant de se diriger vers l'animal. L'animation faciale de l'animal est créée en fonction de la

---

<sup>366</sup> Propos notés du documentaire *Pas banal, l'animal*, BBC, 26 min, 2012.

vidéo faite de l'enregistrement du doublage de l'acteur humain. Jouer un lion est un rôle difficile : la visite de parcs zoologiques et le visionnement de documentaires animaliers ne délivrent pas au doubleur humain la faculté de rugir comme un lion. Comme l'acteur le confirme, rugir fait mal à la gorge et d'une certaine manière, l'incapacité humaine nous ramène à l'incapacité des chiens dont nous parle la science-fiction de *Demain, les chiens*. Le schéma final que nous montre la production *Le clan des Rois* est le suivant : les acteurs sont des lions vivants à travers lesquels des acteurs humains parlent par visages interposés. Un masque humain est numériquement greffé à l'animal vivant. La justification choisie sera annoncée par la voix-off répondant à l'acteur : « Les lions parlent. Ils ont des émotions et vivent des aventures dont nous rêvons tous » (extrait 2). Le cinéma recherche une réponse au questionnement de Boris Cyrulnik : « Un monde sans paroles ne serait plus humain, mais un monde sans animaux le serait-il encore ? ».<sup>367</sup> Dans *Le clan des lions*, la logique à l'œuvre est une d'élimination et de remplacement du visage de l'animal par le nôtre. Le cynisme de l'acte de prise de possession se signale dans l'interaction entre la journaliste et l'animateur par le rire commun. Nous savons grâce à l'ethnographie qu'il est explicatif.<sup>368</sup> Ce rire est-il un moyen d'évacuer la tension provoquée par le dévoilement du résultat par l'image de la prise de possession partielle ou complète du corps vivant ? Serait-il question de marquer une mise à mort fictive des lions vivants ?

La distinction entre le corps filmé de l'animal (non modifié) et sa transformation opérée par la technique s'avère délicate. Si le visionnement du reportage *Pas banal, l'animal* montre les mécanismes des modifications opérées sur de l'animal par la technique, le visionnement normal du film ne le permet pas avec la même précision. Premièrement, ce n'est pas le but recherché par le spectateur. Deuxièmement, l'œil du spectateur ne possède pas la faculté de distinction : ce qui s'explique par le contexte de divertissement et la puissance technologique d'action et de transformation sur l'animal vivant. Le résultat, reconnaissons-le, impressionne par sa qualité. Cette incapacité de distinction est d'autant plus prononcée lorsque le film associe dans une scène des animaux vivants avec des doublures entièrement numériques. Pour ne citer qu'un exemple cinématographique, dans une scène d'action du film *Le seigneur des anneaux, Le retour du roi* (2003) réalisé par Peter Jackson, des chevaux filmés sont associés à des doublures numériques. Ces doublures, qui ont été mises au point afin de simuler une

<sup>367</sup> Boris Cyrulnik (éd.), *Si les lions pouvaient parler. Essais sur la condition animale*, Paris, 1998, p. 55.

<sup>368</sup> Catherine Rémy, *La fin des bêtes. Une ethnographie de la mise à mort des animaux*, Paris, 2009.



attaque de dragons sur les chevaux, sont indiscernables dans le tumulte de l'action. C'est pourquoi entre la doublure numérique et le cheval vivant utilisé pour la scène, l'œil humain ne discerne rien<sup>369</sup>.

Le pixel remplace le poil. Le pixel s'y greffe pour s'y confondre. Le lion que l'on voit à l'écran est un animal numériquement modifié. Ces effets saisissants de la reproduction de l'animal vivant avaient déjà été remarqués par l'écrivain anglais Aldous Huxley qui avait à sa manière confirmé la thèse de l'historien Michel Pastoureau.<sup>370</sup> L'ours a bien précédé le lion dans l'histoire culturelle, ici, dans le réalisme visuel cinématographique des animaux à l'écran : « Vous allez au cinéma Sentant ce soir, Henry ? [...] J'ai entendu dire que le nouveau film de l'Alhambra est de premier ordre. Il y a une scène d'amour sur un tapis en peau d'ours ; on dit que c'est merveilleux. Chacun des poils de l'ours est reproduit. Les effets tactiles les plus étonnants ». <sup>371</sup> Du documentaire animalier en passant par le dessin animé et la littérature d'anticipation, le jeu vidéo refait son apparition.

Le 10 novembre 2010, c'est-à-dire cinq ans après la sortie du jeu vidéo de simulation canine *Nintendogs* sur la console portable Nintendo DS, le jeu vidéo *Kinectimals* développé et édité par Microsoft est sorti sur la console de salon Xbox 360. Le jeu *Kinectimals* a été un des jeux vidéo du lancement européen du Kinect de Microsoft qui est un périphérique de la console de jeu de Microsoft. Le Kinect est un mot-valise qui est issu de l'anglais « Kinetic » (cinétique) et « connect » (connecter). Son nom rend compte de l'interaction proposée : le corps du joueur positionné devant la télévision est la manette du jeu. Cela signifie qu'il active le jeu vidéo avec son corps. Le Kinect est une caméra munie de différents capteurs (micro, caméra, capteurs infra-rouges).<sup>372</sup> Après le succès mondial de la console de jeu *Wii* de Nintendo (2006) et dans une moindre mesure du *Playstation move* de Sony qui ont démocratisé la reconnaissance des mouvements du joueur dans les pratiques vidéoludiques, le *Kinect* de la console X-box Microsoft approfondi cette logique. Enfin, nous préciserons qu'à sa sortie le

---

<sup>369</sup> Le DVD *Le seigneur des anneaux. Le retour du roi*, Les suppléments disc 2 [Les doublures numériques des chevaux], 2004.

<sup>370</sup> Michel Pastoureau, *L'ours. Histoire d'un roi déchu*, Paris, 2007.

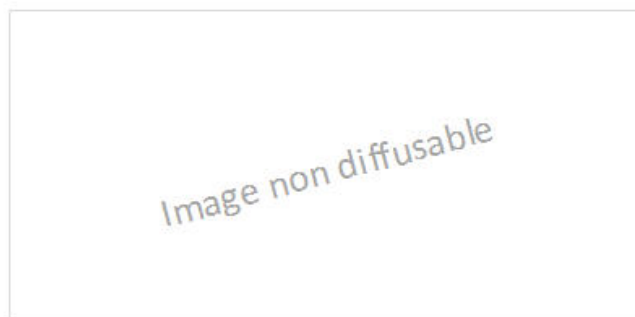
<sup>371</sup> Aldous Huxley, *Le meilleur des mondes*, Genève, (1933) 1973, p. 58.

<sup>372</sup> Se reporter au dossier *Kinect* du 10.11.2010 sur <http://www.jeuxvideo.com/dossiers/00013774/kinect.htm>.

contrôle vocal n'était disponible qu'en anglais, espagnol et japonais. L'italien, le français et l'allemand ont été disponibles le six décembre 2011.<sup>373</sup>

Le jeu vidéo *Kinectimals*, destiné aux enfants et aux *casual gamers* (les joueurs occasionnels), sert de tremplin à la nouvelle technologie. Le principe du jeu est simple. Nous nous trouvons sur une île divisée en cinq environnements et commençons par choisir un animal parmi les cinq proposés qui sont un tigre du Bengale, un lion, un léopard, un guépard et une panthère. Si l'objectif est de découvrir l'île et de jouer à différents mini-jeux, l'intérêt du titre réside dans les interactions avec les animaux. Privé du contrôle vocal, le joueur interagit par le moyen de son corps avec ses jeunes félins au comportement très canin. Il faut le nourrir, le brosser, lui lancer des balles, des frisbees, lui mettre des accessoires afin de personnaliser son apparence, jouer avec lui et lui apprendre des tours. Pour lui demander de s'asseoir, le joueur tape sur ses genoux. Ainsi, il est indéniable que *Kinectimals* est une transposition du jeu *Nintendogs* et plus généralement des jeux vidéo de simulation animale agrémentée d'une nature (et touche) exotique. La grande qualité de *Kinectimals* réside surtout dans la nouvelle technologie et la grande qualité de l'animation des félins.

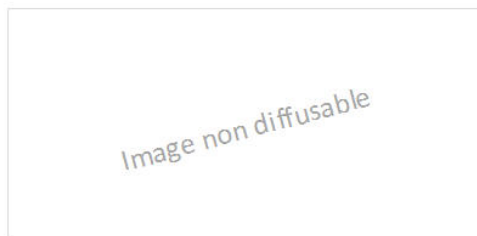
#### Illustrations 2-6



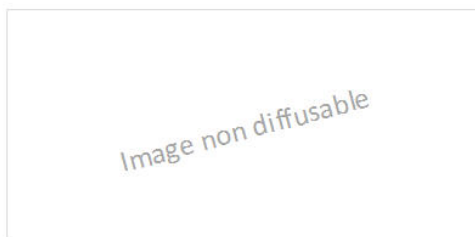
Utilisation du Kinect et du jeu vidéo *Kinectimals*

---

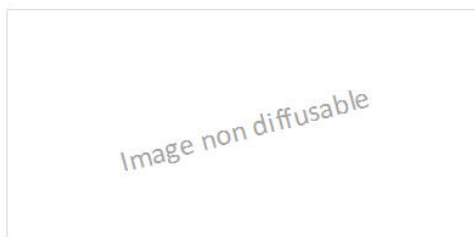
<sup>373</sup> <https://fr.wikipedia.org/wiki/Kinect> consulté le 20.09.2017.



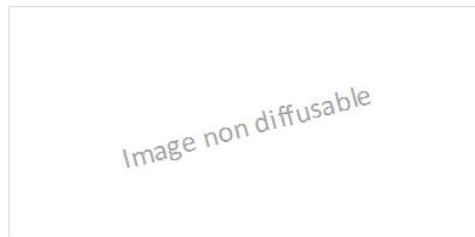
Des caresses virtuelles ou virtualisées



Une langue virtuelle humide



Un parcours d'agility avec un guépard



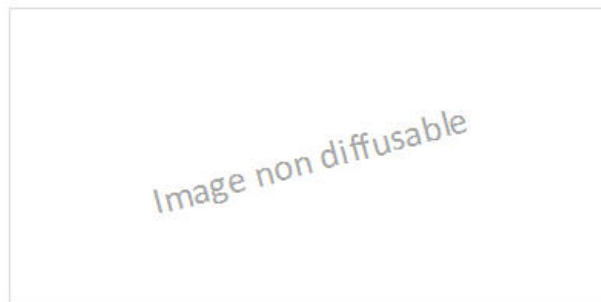
Un Nintendogs-guépard ?

Alors que l'interface avec la machine transitait par un joystick, une manette ou une souris, ces systèmes de jeu utilisent le corps du joueur ou de la joueuse comme interface. Face à l'écran, la personne effectue des mouvements qui sont reproduits par l'animal sous la forme d'un mime-miroir. L'enfant se met sur le dos afin que le félin virtuel l'imité. L'espace de jeu est inédit. Une deuxième modalité est que le corps du joueur pénètre dans le monde des animaux virtuels : les mains réelles de la joueuse sont reproduites à l'écran et touchent les félins qui réagissent aux sollicitations. Le réalisme est poussé dans le sens où les sollicitations sont bilatérales. L'animal virtuel vient à la rencontre du joueur. Le bien-être et la joie simulée des animaux virtuels se manifestent par des preuves d'affection. Le tigre montre son affection en léchant le visage de son partenaire ludique par un rendu graphique figurant une vitre. Les félins virtuels insulaires de *Kinectimals* sont coopératifs. En effet, ils participent à des concours d'obstacles ou attendent d'être brossés. Le rendu graphique incroyable à l'écran du roman *Le meilleur des mondes* est advenu : les poils des félins sont reproduits à la perfection et les effets tactiles étonnent. Le jeu vidéo du géant mondial Microsoft *Kinectimals* propose une simulation virtuelle interactive avec des félins jeunes, obéissants, joués à mi-chemin entre une peluche, un visage de dessin animé et un animal visuellement assez « proche » de l'animal réel. Il propose une nouvelle manière de jouer où l'hybridité est accentuée : « Ces technologies utilisent sa capacité (le corps) à ne pas uniquement être un véhicule mais un

medium. En cela, Kinect tient presque du chamanisme en ce qu'il propose d'utiliser son corps pour se connecter à un imaginaire ».<sup>374</sup>

Comme pour la console Nintendo DS à écran tactile pour laquelle le jeu de simulation canine *Nintendogs* (2005) a joué le rôle de vitrine technologique et ludique auprès des enfants, c'est une nouvelle fois par l'utilisation d'animaux virtuels qu'une technologie inédite est lancée sur le marché. Si le choix des félins pouvait surprendre, la suite de Kinectimals sortie en février 2012 intitulée *Kinectimals joue avec des ours* se rattache plus à notre tradition ludique du jeu et au vécu historique des animaux malmenés dans les cirques, foires et les rues. L'intégration du microphone a renforcé l'interaction vis-à-vis du premier opus. En ce qui concerne l'aspect canin de ces jeux vidéo hybrides, c'est en toute logique qu'en 2014 *Kinectimals Unleashed* a intégré les chiens à la franchise via cette application dont le principe du jeu reste identique. Si cette application avec des chiens n'est pas sortie en France, l'historique des studios anglais Frontier Development qui a travaillé avec Microsoft sur le jeu *Kinectimals* nous renseigne sur les principes ludiques recherchés propres. En 2003, le jeu vidéo *Dog's Life* sorti sur la console de salon de Sony Playstation 2 avait déjà proposé l'immersion<sup>375</sup>.

#### Illustration 7



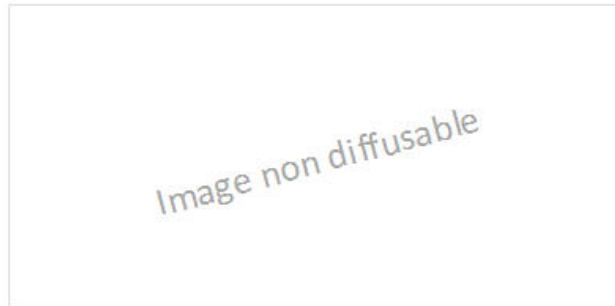
On ne naît pas un avatar chien, on le devient en jouant au jeu vidéo dans *Dog's Life* (Playstation 2, 2003)

---

<sup>374</sup> Thomas Jamet, *Ren@issance mythologique. L'imaginaire et les mythes à l'ère digitale*, Paris, 2011, p. 73.

<sup>375</sup> Voir le test du jeu *Dog's Life* sur [http://www.jeuxvideo.com/articles/0000/00003516\\_test.htm](http://www.jeuxvideo.com/articles/0000/00003516_test.htm) consulté le 21.08.2017.

Illustration 8



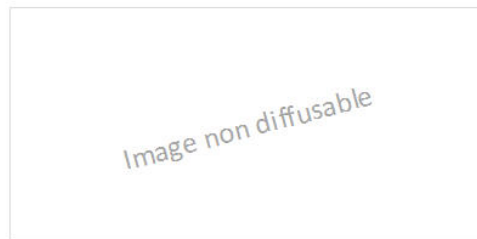
Le joueur est doté d'une truffe. Son odorat est démultiplié dans *Dog's Life* (Playstation 2, 2003)

Le joueur y incarne un avatar chien parti à la recherche de sa compagne kidnappée. Plusieurs aspects du jeu sont intéressants. Tout d'abord, c'est le fait d'incarner un chien qui est original. S'il n'est pas nouveau - le jeu *Sleepwalker* (1993) sur ordinateur permettait de manier un chien anthropomorphe devant aider son maître à ne pas se réveiller dans ses déambulations -, le jeu *Dog's life* opte pour une immersion dans le corps d'un chien. En plus du marquage de territoire, de l'humour anglais centré sur les déjections et des Items os à ramasser, le mode « Odorama » propose une vue subjective dans lequel le joueur se dirige par le biais des odeurs non détectables à un humain (illustration 2). Ces odeurs classées par couleurs permettent de retrouver des objets imprégnés de l'odeur corporelle des humains avec lesquels le chien doit interagir dans sa quête.

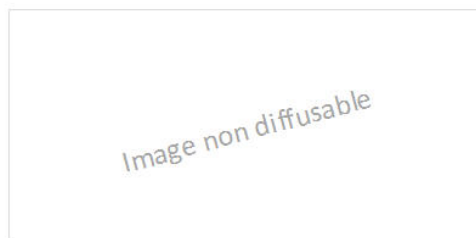
Après avoir placé le joueur dans le corps et la tête d'un chien dans *Dog's life*, les studios anglais ont réduit les paramètres de gestion des simulations de parcs zoologiques de la célèbre franchise *Zoo Tycoon* créée en 2001 pour y accentuer l'interactivité avec les pensionnaires du zoo. Le jeu vidéo *Zoo Tycoon* sorti en novembre 2013 sur console Xbox one et Xbox 360 met à contribution le Kinect. Une interaction directe avec les animaux est possible : il est par exemple possible de les nettoyer au jet d'eau ou de leur faire des grimaces. Comme dans *Kinectimals*, le « mode visage » (illustration 1) nous permet de faire le singe avec un singe en

se grattant, hochant la tête ou faisant un clin d'œil ! Les jeux vidéo de simulation de parcs zoologiques qui étaient des jeux de gestion assez complets s'orientent vers un choix plus orienté vers le plaisir du contact et de l'interaction face à face. Le jeu vidéo *Zoo Tycoon* est un alliage entre le jeu vidéo *Nintendogs*, le jeu *Kinectimals* et les simulations classiques de zoo. Dans les jeux vidéo de simulation de parcs zoologiques précédents, les erreurs de gestion étaient possibles : on pouvait par exemple placer des tigres avec des chimpanzés et constater l'erreur commise. De même, la gestion du parc était très précise (gestion des animaux, des enclos et des visiteurs). En 2013, si la gestion demeure un élément central, il est proposé au joueur de regarder les animaux derrière la vitre de l'écran et du zoo pour interagir. Désormais, la rencontre ludique est placée au centre de l'expérience de jeu.

#### Illustrations 8-9



reproduction d'un mouvement: faire le singe avec un singe virtuel dans *Zoo Tycoon* (2013)



Rencontre amicale (et transparente) avec une lionne dans le jeu vidéo *Zoo Tycoon* (2013)

## 2. De l'ambiguïté du documentaire animalier

Et le cinéma a multiplié, avec le temps, les combinaisons : on filme les animaux comme on ne saurait les voir (*Microcosmos*, Nuridsany, Perennou, 1996), on recrée en images de synthèse les animaux depuis longtemps disparus (*Jurassic Park*, Spielberg, 1993), on mêle des acteurs aux animaux en dessins animés (*Qui veut la peau de Roger Rabbit ?*, Zemeckis, 1988), les animaux deviennent eux-mêmes acteurs (*L'ours* de Jean-Jacques Annaud, 1988, ou le dauphin du *Grand bleu*, Luc Besson, 1987). Il semble que tout ait été fait pour que les univers humain et animal soient définitivement brouillés, d'une manière un peu parallèle à ce qui se passe dans le monde scientifique (où se situe la frontière entre l'homme et l'animal ?) et dans le monde quotidien (l'animal traité comme un enfant).<sup>376</sup>

*Le clan des Rois* n'est pas un documentaire mais une fiction qui rappellera davantage le dessin animé *Le Roi Lion* (1994) de Disney avec laquelle la similitude du scénario est évidente : il s'agit dans les deux cas d'une histoire de pouvoir.<sup>377</sup> La différence cette fois est que les acteurs sont d'authentiques lions africains et non des dessins superposés. Sans retracer l'histoire du genre que constitue le cinéma documentaire depuis ses origines jusqu'à nos jours, nous avons jugé essentiel d'insister sur l'ancienneté de la présence de la fiction en son sein. Il était une fois...

Les modalités en sont diverses. Des scènes de films et de la musique sont intercalées au sein du documentaire. Ce procédé se retrouve chez Jean Painlevé, un documentariste français de renom du début du XXe siècle qui place une scène du film *Nosferatu* dans son documentaire sur les vampires (1939). Ce procédé a également été utilisé par Jean Rouch qui est l'autre grand nom du documentaire français. La fiction s'intercale dans les descriptions prétendues objectives des animaux mais si dans ces deux cas de coprésence, le spectateur remarque l'intrusion de la fiction dans le documentaire, la fameuse chasse au phoque de *Nanook* (1922) dont le réalisme est tant loué - elle montre un face à face entre le chasseur (le prédateur) et le phoque (la proie) - est une habile mise en scène trompeuse. En dissimulant le hors-champ où une douzaine d'hommes soutiennent le chasseur par une corde, elle nous présente un face à face qui n'en est pas un. Ce jeu de cache-cache entre le visible et le caché ne fut pas limité

---

<sup>376</sup> Auburger, 2007, p. 143.

<sup>377</sup> Sébastien Bertrand, « The lion King ou la tragédie au pouvoir », dans *Cahiers Robinson*, n° 35, 2014, p. 87-98.



aux scènes spectaculaires des documentaires. Cette logique est parfois explicitée par le documentaire même. En prenant pour démonstration un film de la collection Pathé Revue qu'est *L'Écureuil* (France, 1931, NB), Jean André Fieschi le signale : alors que les scènes de début laissent présager que l'animal est en liberté, la dernière partie du documentaire montre qu'il était dès le départ tenu en captivité.<sup>378</sup> En résumé, les fameux « trucs » de tournage ne constituent nullement une pratique réservée à la fiction cinématographique. Dans la recherche d'esthétique et de dépaysement, la mise en scène théâtralisée se pose comme base constitutive du documentaire animalier grand public : la musique, les bruitages et les commentaires. Le documentaire animalier frôle le voyeurisme. Dans le cadre d'une rétrospective sur le cinéma animalier, Jean-André Fieschi commente ainsi la grande quantité de documentaires visionnés lors de sa préparation : « Trop d'accouplements et de mises bas, trop de dévorations et de dépeçages, trop de morts et trop de naissances, trop de couchers de soleil et de rivières asséchées ». <sup>379</sup> Comme le décrit Kai Artinger, le documentaire animalier actuel se compose de scènes de combat et de mort, rendues elles aussi possibles par l'utilisation d'une « technique tout-terrain » qui filme aussi bien sous l'eau, dans les airs que sur terre avec une proximité et une qualité d'image très performante.<sup>380</sup> L'œil pinéal dévisage l'animal du fond de son fauteuil, et ce jusqu'à l'écœurement de la répétition.

La portée du documentaire animalier sur nos représentations et actions sur les animaux possède quelques ambiguïtés. Dans certains cas, sa contribution à la réhabilitation d'animaux décriés comme les ours et les loups a été vérifiée.<sup>381</sup> Néanmoins, il est incontestable que la recherche de l'extraordinaire et du sensationnel continuent à déterminer les documentaires et fictions. Les sempiternelles scènes de chasse nous le rappellent. Avec l'animal, car c'est une idée de la nature qui est véhiculée, le primat donné à l'alimentation (la prédation, dévoration), la reproduction (accouplements, stratégies de séduction) et l'arborescence des animaux (capacités physiques exceptionnelles, particularités corporelles) se justifie de lui-même.

Pour Yves Bonnardel cette insistance dessert également les animaux. Leur subjectivité des animaux se retrouverait limitée par le rattachement systématique des individus aux espèces,

<sup>378</sup> Jean-André Fieschi, « Poulpe au regard de soie ! », dans Jean-André Fieschi, Patrick Lacoste et Patrick Tort (éd.), *L'animal écran*, Paris, 1996, p. 13-30, ici p. 22.

<sup>379</sup> id., p.13.

<sup>380</sup> Kai Artinger, « Schwäche bedeutete Tod. Zum Wandel des Todesbildes in Tierkampfbildern der Malerei », dans Jessica Ulrich et Antonia Ulrich (éd.), *Tiere und Tod. Tierstudien*, Berlin, 2014, ici p. 117.

<sup>381</sup> Éric Baratay, *Et l'Homme créa l'animal*, Paris, 2003, p. 203-215.

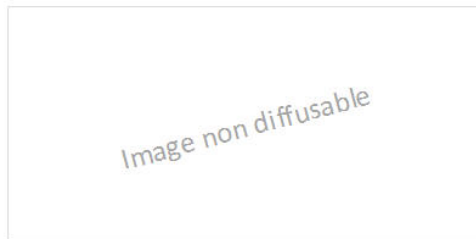
c'est-à-dire par l'idée de nature comme totalité dans laquelle serait « englouti » l'animal.<sup>382</sup> Un peu à la manière des fables, auxquelles les magazines et albums de vignettes actuels sont à inclure, des caractères précis sont attribués aux animaux. Pour Sergio Dalla Bernardina, le reportage animalier est à rapprocher du conte merveilleux. La réhabilitation du loup et l'intérêt suscité à son égard s'expliqueraient par le fait que l'espèce cristallise la mise au point d'une nouvelle conception de la nature jugée incohérente par l'auteur parce que trop éloignée de l'éthologie. Le loup servirait de bouc-émissaire aux intentions de ce que le reportage animalier vise, au mépris du loup dans sa servirait de rouage à ces mécanismes.<sup>383</sup>

Illustration 10



L'album *Animal Attack*, 2014

Illustration 11



L'album *Animal Champions-National Geographic*, 2007

Il y a toute l'histoire du regard technique posé sur l'animal à écrire : l'évolution des appareils d'enregistrement et des émetteurs pose des questions très concrètes sur le respect de l'intégrité du corps des animaux. En plus d'être traqué à toutes les latitudes par le recours à une panoplie de véhicules, moyens de locomotion et toutes sortes de dispositifs sophistiqués

---

<sup>382</sup> Yves Bonnardel, « Idée de nature, humanisme et négation de la pensée animale », dans David Chauvet, Enrique Utria et Pierre Jouventin (éd.), *La raison des plus forts. La conscience déniée aux animaux*, Paris, 2010, p. 75–97.

<sup>383</sup> Sergio Dalla Bernardina, *L'éloquence des bêtes. Quand l'homme parle des animaux*, Paris, 2006.

dignes de l'inventivité du professeur Tournesol - en France, le commandant Cousteau, Christian Zubler et Nicolas Hulot en sont les représentants -, le perfectionnement technique et technologique mis à contribution s'empare désormais du corps des animaux (le balisage, la pose de puce et de la caméra). Loin de prendre le recul nécessaire sur cette vampirisation de l'animal afin de réfléchir aux conséquences directes sur l'intégrité du corps de l'animal, les documentaires animaliers et la presse spécialisée louent cette accapuration.

Les commentaires des documentaires et reportages animaliers lui confèrent une oralité narrative qui se rapproche de la transmission orale. La pratique qui consiste à raconter des histoires autour d'un feu de cheminée n'a pas disparu. C'est de l'ordre de l'hypothèse : le crépitement et la lumière du feu ont été remplacés dans leur fonction par la télévision. La voix qui conte ses histoires se met au service d'une construction identitaire. Nous avons remarqué que la patrimonialisation de la nature à l'œuvre recourt aux animaux. Les échelles de grandeur varient : une région, un pays, un continent, la planète terre. Il faut remarquer le fait qu'une voix humaine identifiable est parfois mise à profit. Dans la série de documentaires en dix épisodes *La France sauvage* (2012), l'actrice française Sophie Marceau commente les flores et les faunes classées par régions en tant que délimitation administrative. Le patrimoine cinématographique s'associe au patrimoine naturel. L'autre évolution en développement est le déplacement du commentaire en direction de l'intérieur du corps de l'animal. L'animal est individualisé par l'acquisition d'une voix propre. Ainsi, sous l'influence du film d'animation et du cinéma, certains documentaires donnent littéralement la parole aux animaux filmés. La série documentaire *Nous, les bébés animaux* (2009) de la République Tchèque diffusée sur la chaîne *Arte* le signale parce qu'une interaction « directe » entre l'individu animal et l'individu spectateur est recherchée. La recherche d'intimité et la prétendue subjectivité non de l'animal mais d'un individu animal sont donc recherchées. Pour ce faire, le documentaire propose au jeune téléspectateur de suivre de très près un guide qui de sa voix d'enfant lui raconte sa vie, c'est-à-dire la vie de son espèce :

Ce sont douze récits à la première personne, douze petites aventures racontées par le petit dernier de la famille qui fait partager au jeune public « une journée » de sa vie. Dans son milieu naturel et filmé au plus près, chaque « bébé » expose ses habitudes au sein du clan, la façon dont il se nourrit, comment il joue... Il évoque également ses peurs, ses prédateurs et le mode de vie propre à son espèce.<sup>384</sup>

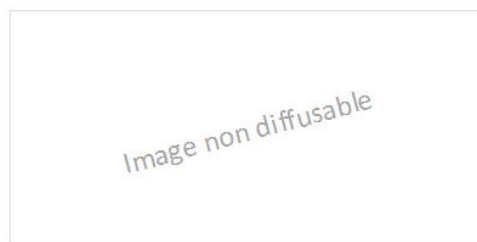
---

<sup>384</sup> Texte descriptif tiré du site web officiel d'Arte [www.arte.fr](http://www.arte.fr).

Nous l'avons mentionné, les limites entre la fiction et le documentaire animalier objectif sont perméables. L'aspect voyeur et le désir d'accès à l'intimité sous cutanée voire existentielle de l'animal à l'œuvre dans le documentaire animalier moderne nous questionne. Le degré de haute technicité du matériel de filmage et la volonté de pénétrer dans l'intérieur du corps et de la psychologie des animaux prennent possession de l'animal de manière concrète (la réalisation du film durant lequel les animaux sont soumis à la technique environnante) et narrative. Ainsi, le documentaire animalier et la fiction animalière allient la volonté de capture technique et de son innovation à une narration orientée. Les succès cinématographiques des films *Microcosmos* (1996) et *La marche de l'empereur* (2004) montrent l'alliance des deux composantes.

Officiellement, les codes cinématographiques, déontologiques et le travail d'associations de protection animale garantissent le bon traitement des animaux. Entre le film de Ben-Hur de 1925 qui exigea le sacrifice de 150 chevaux tués pendant le tournage de la fameuse course de chars, et les conditions de tournage d'aujourd'hui, la mort et les mauvais traitements semblent s'être raréfier. L'époque du documentaire sanglant de Tintin au Congo totalement révolue :

#### Illustration 12



Tintin au *Congo* : une caméra, un chien et un fusil (p.56)

Néanmoins, à considérer ce qui est opéré sur l'animal traqué par les caméras et les dispositifs de localisation, parler en terme de rapprochement nous semble insuffisant car trop unilatéral.

La question de ce qui est engagé pour l'animal devrait constituer le centre des réflexions et actions sur lui. Existe-t-il un œil primitif capable de voir ce que l'œil humain ne peut pas voir ? À une époque où le digital recouvre l'espace terrestre cartographié, les animaux se trouveraient-ils sous l'œil bienveillant panoptique que constitue l'augmentation de la vue permise par une technique et technologie à l'efficacité sans précédent ? Les animaux ne sont-ils pas vus d'en haut pour reprendre la formule du photographe Yann Arthus Bertrand ?

Si la capture du mouvement de l'animal et le séquençage opéré, avec les expériences et résultats photographiques de l'américain Muybridge (1830-1904) et du français Etienne Jules Marey (1830-1904), fut très influente dans le domaine des arts graphiques en général, nous savons que cette quête avait un objectif scientifique.<sup>385</sup> Le mouvement des animaux et sa reproduction fascinent depuis des siècles : les peintures rupestres, les machines volantes de Léonard de Vinci inventées après l'observation minutieuse du vol des oiseaux,<sup>386</sup> l'ingénierie, la robotique dont le champ d'application ne cesse de croître (médecine, assistance, armée, industries, loisirs, etc.) en montrent l'étendue.

Ce besoin, cette envie, ce plaisir de voir serait à l'origine de toutes les inventions technologiques ayant pour base l'image, animée ou non, du cinéma à la photographie, à ceci près que le digital pousse l'image à son interactivité, dans sa consommation quasi illimitée en mode ATAWAD (anytime, anywhere, any device). Cette envie est à rapprocher de ce que Freud appelait la « pulsion scopique », qui soumet le Ça au plaisir du regard par le Moi. Ce concept psychanalytique, qui porte le nom de scopophilie (le plaisir de regarder), est une pulsion sexuelle. L'œil et le visible ont été associés à la pulsion. C'est ce que Georges Bataille percevait lorsqu'il écrit sur l'œil et développe le concept de l'œil pinéal, caché dans les profondeurs du cerveau près de la glande du même nom. Un œil primitif capable de voir ce que l'œil terrestre ne peut percevoir.<sup>387</sup>

---

<sup>385</sup> Emmanuelle Héran, *Beauté animale*, Paris, 2012, p. 64-70.

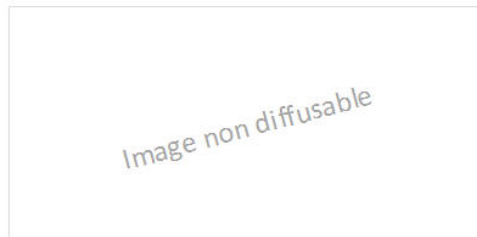
<sup>386</sup> Cyril Fiévet, *Les robots*, Paris, 2002, p. 14.

<sup>387</sup> Jamet, 2011, p. 102.

### 3. Documentaire animalier et dessin animé

Il serait nécessaire d'analyser la documentation sur la faune et la flore mise à contribution dans la production de dessins animés, films d'animations et cartoons parce qu'en plus du choix des animaux, s'y dévoilent très distinctement des scènes archétypes avec lesquelles les documentaires nous affligent. Nous précisons que parmi ces séquences, certaines ne sont pas exportées vers le dessin animé, par exemple le dépeçage ou l'accouplement. Ces scènes types sont réappropriées par la matrice des jeux vidéo qui les transforment en cinématiques ou séquence de jeu :

#### Illustration 13



Les célèbres déplacements de gnous de documentaires animaliers sous forme de séquence de jeu dans le jeu vidéo *Le Roi Lion* (1994)

Dans le film d'animation *Le voyage extraordinaire de Samy* (2010) qui a pour héros une tortue de mer, la première scène reprend la fameuse séquence d'attaques aériennes d'oiseaux prédateurs sur les tortues nouvelles-écloses exploitée maintes fois dans les documentaires. Comme l'avait annoncé le doubleur du film *Le clan des Rois*, la fiction « pioche » dans le matériel à disposition que constituent les documentaires animaliers. Récompensé en 2007 par

l'oscar du meilleur film d'animation, *Happy Feet* (2005) qui a les pingouins et la banquise pour héros, présente un cas très instructif du lien entre fiction et documentaire. Trois ans après le succès de *La marche de l'empereur* (2004), c'est autour de la quête d'un héros masculin que la vie des pingouins est délibérément détaillée : la quête de nourriture, la lutte contre les prédateurs et le froid, la mise en couple, la ponte, l'ordre social sans omettre les émotions et les plaisirs tels que le sentiment amoureux des parents du héros ou bien la joie de la nage. Un détail intéressant est que l'histoire sombre et critique d'*Happy Feet* condamne fermement le parc zoologique en insistant sur l'artificialité du lieu et sur la dépression du héros qui y est enfermé. C'est à rapprocher des résultats du psychiatre Henri Ellenberger datant des années 1960 établissant l'analogie entre le jardin zoologique et l'hôpital psychiatrique chez les innocents animaux détenus : « Des effets psychopathologiques attribuables à un séjour prolongé dans un milieu fermé ont été observés en divers endroits : prisons, camps d'internement civils ou militaires, orphelinats, sanatoriums antituberculeux, hôpitaux psychiatriques, etc. Les jardins zoologiques ne font pas exception et divers syndromes ont été décrits chez les animaux ». <sup>388</sup> Ajouté à cela, la pollution des océans (déchets, marée noire), la déforestation et la pêche intensive sont montrées, une condamnation que l'on retrouve dans *Le voyage extraordinaire de Samy* (2010) et *Le monde de Némó* (2003). Pour obtenir le couteux financement du film, le réalisateur d'*Happy Feet* a préféré ne pas mentionner ce versant de l'histoire. Dans le but d'obtenir le montant de 85 millions de dollars de la réalisation, seul le caractère mignon des pingouins fut mentionné ! <sup>389</sup>

Sous un angle plus historique, les liens entre le dessin animé et le documentaire d'une part et ceux entre le cinéma et la télévision d'autre part nous acheminent de nouveau à Walt Disney. La série *True-Life Adventures* diffusée en France dans les salles obscures sous le titre *C'est la vie* et à la télévision sous le titre *Les Merveilles de la nature* est une série de documentaires réalisée entre 1948 et 1960. Cette série comporte des courts et des longs-métrages. Ce dernier format, à l'époque inhabituel pour le documentaire, sera maintenu par Walt Disney en dépit des risques représentés. Cette opiniâtreté renvoie à sa décision de réaliser des dessins animés de format long-métrage ! Les séquences, fabriquées par des naturalistes photographes avant d'être remontées par la suite, se définissent comme scientifiques et divertissantes, ce qui dans

<sup>388</sup> Henri Ellenberger, « Jardin zoologique et hôpital psychiatrique », dans Boris Cyrulnik (éd.), *Si les lions pouvaient parler. Essais sur la condition animale*, Paris, 1998, ici p. 555.

<sup>389</sup> Martina Stephany, *Fische sind Freunde [Zur Beziehung von Menschen und Tieren im Zeichentrickfilm]*, Thèse, Université de Münster, 2008, p. 137-143.

le contexte médiatique de Walt Disney et celui des États-Unis d'Amérique en pleine guerre froide, aboutit à une vision de la vie sauvage qui oscille entre la politisation et la drôlerie. Comme à l'accoutumée médiatique, la série documentaire sera déclinée en albums, en comics dans les journaux quotidiens américains. Elle servira de modèle pour *Adventureland* du parc Disneyland avant de sortir en DVD en 2006, c'est-à-dire plus de cinquante ans après le premier tournage !

Les années 2000, qui correspondent à une très forte période d'internationalisation de Disney, ont signé le retour de Disney dans le film-documentaire animalier long-métrage au cinéma. Après le succès de *La marche de l'empereur* distribué et coproduit par la filiale de Disney Buena Vista International, le groupe Disney s'est repositionné au centre de la production de documentaires. Depuis, les productions se suivent avec *Les ailes pourpres : Le mystère des flamands* (2008), *Un jour sur terre* (2009), *Océans* (2010), *Pollen* (2011), *Félins* (2011), *Chimpanzés* (2012), *Grizzlis* (2014), *Au royaume des singes* (2015), etc. Sur ce retour de Disney, il est intéressant de signaler qu'aux États-Unis, la sortie en salle de ces productions a lieu le 22 avril qui est le *Jour de la terre* créé en 1970. La science est constitutive, ce qui s'opère par le travail en collaboration avec des scientifiques, associations et fondations ainsi que par le site Internet officiel qui, en plus de présenter les films, diffuse des informations scientifiques et organise des concours de photographies pour les enfants, propose des jeux et des coloriages. Officiellement créé le 21 avril 2008, le label Disneynature siégeant à Paris est présidé par Jean-François Camilleri. À l'image de son logo qui représente le château du parc Disneyland en un iceberg et aussi du nom du Label - Disneynature en un mot et non plus en deux -, la volonté de ce label qui possède la chaîne télé *Disneynature TV* (service de vidéo à la demande) est d'unir de manière inséparable le groupe Disney à la diffusion de contenus en relation à tout ce qui touche de près comme de loin à la nature. Le slogan de la chaîne annonce que : « La nature invente les plus belles histoires sur Disney nature ». La technique, déterminante dans la fabrication de ces histoires de la nature, a atteint un degré de qualité de l'image et de la vidéo tout simplement éblouissant. Une performance que la presse a su louer :

Si la voix de l'homme reste inadéquate, sa technique est parvenue à s'adapter à la perfection au spectacle de la nature. La fluidité avec laquelle l'objectif suit, durant d'interminables secondes, la course du guépard en chasse, laisse pantois. Même à l'échelle de plans plus attendus - un groupe de lions avançant d'un même pas dans l'herbe sèche, la pluie sur la savane, la tête d'un hippopotame émergeant du fleuve -, cette révolution silencieuse se laisse sentir : les textures sont nettes au point de



paraître palpables, et les couleurs, tant elles aimantent le regard, semblent nées dans l'instant. Une à une, les images de *Félins* donnent à la caméra, œil artificiel de l'homme, sa raison d'être : c'est grâce à la plus récente technologie que le benjamin des arts peut enfin voir la course du monde, l'éternelle jeunesse de ses teintes, sa plus antique vigueur.<sup>390</sup>

Que révèle donc ce retour de Disney sur l'animal vivant et le degré de captation de l'animal ? Les sciences sociales possèdent un terrain de recherche qui s'étend à perte d'horizon. Quant à nous, toujours installés sur notre fauteuil face à l'écran, après l'action et l'émotion, l'heure est à la coupure publicitaire en compagnie du chien et du chat.

---

<sup>390</sup> Noémie Luciani, « Félins : la loi de la savane magnifiée par la haute technologie numérique », *Le monde*, le 31.01.2012 sur [http://www.lemonde.fr/cinema/article/2012/01/31/felins-la-loi-de-la-savane-magnifiee-par-la-haute-technologie-numerique\\_1636880\\_3476.html](http://www.lemonde.fr/cinema/article/2012/01/31/felins-la-loi-de-la-savane-magnifiee-par-la-haute-technologie-numerique_1636880_3476.html).

### III. La publicité : entre consommation et divertissement

Une analyse du système des objets implique enfin une analyse du discours sur l'objet, du « message » publicitaire (image et discours). Car la publicité n'est pas un phénomène supplémentaire au système des objets, on ne saurait l'en retrancher ni même la restreindre à sa « juste » mesure (une publicité de stricte information). Si elle est devenue une dimension irréversible de ce système, c'est dans sa disproportion même. C'est dans sa disproportion même qu'elle en est le couronnement « fonctionnel ». La publicité constitue en bloc un monde inutile, inessentiel. Une connotation pure. Elle n'est pour rien dans la production et dans la pratique directe des choses, et pourtant elle rentre intégralement dans le système des objets, non seulement parce qu'elle traite de la consommation, mais parce qu'elle redevient objet de consommation.<sup>391</sup>

Cible régulière des critiques, il est indéniable que la publicité se trouve au centre de notre culture visuelle. Bien qu'elle n'apparaisse nulle part dans des programmes télévisés, la « coupure publicitaire » mérite toute notre attention. L'animal de compagnie, comme chacun a pu le vérifier, y est apparent. Derrière l'écran, le chien est un acteur du spot alors que celui qui est situé devant sera convié à une promenade. Patrice Éveno rapporte un sondage Ipsos de 2002 dans lequel affirmant que les téléspectateurs réagissent aux tunnels publicitaires par des activités déviantes dont l'une est de descendre le chien ou la poubelle !<sup>392</sup> Dans le cadre de notre recherche, nous ne nous sommes pas limités à la France mais avons davantage travaillé par secteur et produit concerné. Cela ne signifie pas pour autant que l'espace recouvre l'ensemble des régions du monde. Le continent africain hors Afrique du Sud, le Moyen-Orient et la Russie sont peu représentés. Cela signifie que l'Europe et les États-Unis correspondent aux espaces publicitaires sur lesquels nous nous sommes basés. De même, les spots publicitaires télévisés qui ont visionnés sont très récents, principalement de 1990 à aujourd'hui. Il n'est donc pas question d'un historique mais plutôt de la réalisation d'une cartographie de la modernité des présences d'animaux au sein de spots publicitaires. Mais cela s'éloigne de notre cheminement. De plus, c'est aussi parce qu'il s'agit pour nous de l'audio-visuel médiatique de ces dernières années que les pratiques plus anciennes de type publicitaire sont laissées de côté, par exemple les cris promotionnels en usage au Moyen-

---

<sup>391</sup> Jean Baudrillard, *Le système des objets*, Paris, 1978, p. 229.

<sup>392</sup> Patrice Eveno, « Medias et publicité. Une association équivoque mais indispensable », dans *Le Temps des médias*, n° 2, 2004.

âge.<sup>393</sup> Le lien historique entre la publicité et la presse papier n'a pas non plus été pris en compte.<sup>394</sup> Pour nous, l'objectif est d'appréhender le spot publicitaire télévisé de notre époque dans sa mise en images du chien.

Le spot publicitaire télévisé représente un non-programme qui, loin de disparaître des écrans de nos salons et chambres à coucher, demeure caractéristique de la programmation télévisée. Notre recherche s'intéresse à l'image et au mouvement des images, c'est pourquoi le spot publicitaire télévisé nous est apparu prioritaire face aux manifestations publicitaires d'un autre format (affiches, tracts). Et puis, avec la publicité, ce sont les adultes qui s'amuse à moins qu'ils sortent se promener avec le chien ! Entre les logos, les slogans, les affiches et les spots audio-visuels (cinéma, télévision, radio), l'historique du chien serait à n'en pas douter fécond.

Pour atteindre cet objectif, en plus des articles, deux sources principales ont été sollicitées. Elles sont toutes les deux la création de Christian Blachas (1946- ), à savoir le site web de la seule émission au monde dont le thème est la publicité - l'émission télévisée Culture-Pub a été créée en 1986 - et le magazine professionnel Stratégies.<sup>395</sup> Alors que la version en ligne du magazine constitue une source écrite, le site de l'émission permet le visionnement des spots publicitaires. Pour y accéder, la recherche s'effectue par un système de filtrage par année du spot publicitaire, par marque, par secteur ou par thèmes. Le thème consacré aux animaux nommé Pas si bêtes fut consulté ainsi que les résultats de la recherche par mot clé du mot chien<sup>396</sup>. Pour notre recherche, l'intégralité des spots répertoriés sous les mots chien et chat ainsi que l'intégralité des spots cités furent visionnés. À l'époque de la publicité télévisuelle et du chien de compagnie, le chien se situe des deux côtés du poste de télévision. À côté d'un acteur ou d'un jeune téléspectateur. Avant, après ou entre un programme télévisé, les enfants sont confrontés aux publicités. Avec la croissance rapide du taux d'équipement en télévision et l'attrait que représentent les animaux pour les enfants et les adultes, la matière animale possède toutes les qualités requises.

---

<sup>393</sup> Polo de Beaulieu, Marie Anne, « Enseignes, cris, textes. Les pratiques publicitaires au Moyen Âge », dans *Le Temps des médias*, n° 2, 2004.

<sup>394</sup> Gilles Feyel, « Presses et publicité en France (XVIIIe et XIXe siècles) », dans *Revue historique*, n° 628, 2003, p. 837-868.

<sup>395</sup> Isabelle Veyrat-Masson, « Christian Blachas, de Stratégies à Culture-Pub », dans *Le Temps des médias*, n° 2, 2004, p. 8-16.

<sup>396</sup> L'onglet *Pas si bêtes* du site web [www.culturepub.fr](http://www.culturepub.fr) comptabilise 1656 spots, le mot chien (772 résultats sur tout le site), le mot chat (256 résultats), cheval (193 résultats), ours (217 résultats). Chiffres du 08.06.2016.

À l'instar du spot publicitaire, qui se doit d'être percutant, nous avons voulu aller à l'essentiel. Nous commencerons par nous intéresser aux présences plus englobantes des animaux dans les spots afin de cartographier l'espace dans lequel, dans un second temps, nous positionnerons le chien et le chat. La publicité commence, mais ne sortez pas avec le chien !

## **1. Une cartographie : le zoo, l'alimentaire et la protection animale.**

Le recours aux animaux dans la promotion de produits est ancien. Pour circonscrire notre cartographie, nous évoluerons en trois temps. Nous commencerons par traiter un espace animal : le jardin zoologique. Nous continuerons par le corps animal avec la promotion pour les denrées alimentaires - le lait et les œufs - avant de conclure sur la protection animale. La deuxième partie de ce chapitre est entièrement centrée sur l'animal de compagnie.

### **1.1. L'espace animal : le jardin zoologique**

Un zoo est un endroit où des espèces et des variétés d'animaux aussi variées que possible sont rassemblées afin qu'on puisse les regarder, les observer, les étudier. En principe, chaque cage est un cadre autour de l'animal qui est à l'intérieur. Les visiteurs visitent le zoo pour regarder les animaux. Ils avancent de cage en cage, comme des visiteurs d'une galerie d'art qui s'arrêtent devant un tableau puis se déplacent vers celui d'à côté [...]<sup>397</sup>

La publicité met en scène le jardin zoologique avec d'un côté les spots publicitaires qui font la promotion d'un jardin zoologique défini et de l'autre, les spots dans lesquels l'action se situe au sein d'un jardin zoologique. Dans la première catégorie, la mise en scène de la promotion par l'animal se positionne sur différents registres et regroupe diverses informations. Une

---

<sup>397</sup> John Berger, « Le zoo », *Critique*, n°375-376, Éditions de minuit, août-septembre 1978, p. 821-825, ici p.822.  
266

première modalité est la promotion du parc zoologique. Dans une série de trois spots pour le zoo de Prague (République Tchèque, 2003), les animaux de la ville sont associés à ceux du zoo. Un chien qui urine sur les pneus de plusieurs voitures en épargne une. Un pigeon nettoie la voiture sur laquelle il vient de se soulager. L'explication finale est l'autocollant placé sur les voitures « I'm a PRAGUE ZOO ANIMAL SPONSOR » suivi du slogan « Sponsor an animal. They'll love you for it ». Les animaux « urbains » que sont le chien et le pigeon épargnent les humains qui protègent les animaux du parc zoologique de Prague en respectant l'intégrité de leur voiture. Un élément intéressant est qu'aucun animal de zoo n'apparaît à l'écran. Le deuxième exemple est celui du zoo de Buenos Aires (Argentine, 2007) qui montre une série d'animaux du jardin en train de bailler pour signaler la spécificité du zoo qu'est l'ouverture nocturne. Un deuxième objectif est l'annonce d'un événement spécial : le zoo de Wellington (Nouvelle-Zélande, 2009) annonce la journée spéciale de la Saint-Valentin au parc en combinant l'enregistrement sonore d'un coït sexuel humain visiblement tiré d'une production pornographique à l'apparition d'animaux, visiblement intrigués par le bruit. L'offre n'est pas clairement spécifiée ! Le jardin zoologique d'Auckland (Nouvelle-Zélande, 2008), avec une musique qui rappelle celle du film *Les dents de la mer* montre une suite d'espèces animales (girafe, zèbre, éléphant, antilope, orang-outang) en train d'uriner et de déféquer. La fin du spot lève le mystère : un panneau annonce l'arrivée au zoo de trois nouveaux tigres. Le parc zoologique de Los Angeles (États-Unis, 2012) dans sa promotion de l'ouverture d'une nouvelle attraction LAER (living-Amphibians-Invertebrates-Reptiles) met en scène dans une série de spots un couple de visiteurs pour le moins hétérogène - il s'agit d'une femme soignée assez âgée et d'un homme rocker plus jeune (longue chevelure, piercing, chapeau, veste en jean) - discutant face aux animaux devant les vitres des terrariums. Un jeu de miroir est mis en scène puisque les animaux répondent aux remarques et questionnements des visiteurs situés derrière la vitre : « Est-ce un mâle ou une femelle ? » Ce jeu permet de signaler ce que le zoo promet : « Alive in Los Angeles ». Les animaux sont en vie, agissent et les humains sont observés à leur tour. À l'opposé, d'autres spots publicitaires évacuent les acteurs des zoos que sont les animaux retenus et les visiteurs. Ils recourent à l'animation. Ce sont les spots humoristiques du parc zoologique de Toronto (Canada, 2011) ou de celui de Zurich (Suisse, 2005).

La deuxième modalité intègre le parc zoologique à la promotion d'un produit qui ne possède pas de rapport direct avec lui. Ainsi, les chimpanzés de zoo vantent des cartes bancaires (Visa,

États-Unis, 1996), du chocolat (Nestlé, France, 2002) ou des boissons sucrées (Pepsi, États-Unis, 2009). Quant au chimpanzé féminisé qui vante la lessive en parlant une langue inconnue à son mari gorille (un humain en costume), elle se déplace dans une cuisine toute équipée (Omo, France, 1992). À côté des chimpanzés, les orangs-outangs de zoo vantent la résistance de pneus (Uniroyal, Grande-Bretagne/France, 1990), des boissons sucrées (Brahma, Brésil, 1997) ou des appareils-photos jetables (Kodak, Suède, 1995). Dans d'autres spots, ces espèces apparaissent dans leur milieu naturel. Une primatologue entrée en communication avec un orang-outang libre sera punie à cause de la mauvaise odeur de ses aisselles (Rexona, Grande-Bretagne, 2003). Avec encore plus d'imagination, un déodorant a la fonction de repousser les poils des aisselles des hommes en forme de minuscules orang-outang ! (Narta, France, 2015). Dans d'autres spots, les animaux de zoo retournent au monde libre. En effet, c'est avec l'aide d'une voiture réquisitionnée que les singes s'enfuient du zoo pour retourner à la jungle (Volkswagen, France, 2009). La promotion d'une voiture fait appel à des chimpanzés et des orang-outang. La voiture transporte ses animaux du zoo à la jungle alors que dans l'histoire sociale des visites des parcs zoologiques, l'essor de la voiture a joué un rôle majeur dans l'augmentation du nombre de visiteurs en facilitant l'accès !

Il nous faut nous focaliser sur deux axes que ces publicités rattachées à la deuxième modalité exploitent. Le rire et l'humour sont déployés. L'animal est drôle lorsque les gorilles parlent et planifient de voler des bières destinées aux visiteurs (Bud Light, États-Unis, 2007) ou lorsque l'orang-outang fait un doigt d'honneur au visiteur qui l'a méchamment privé de soda (Brahma, Brésil, 1997). L'aspect scientifique du zoo peut être associé à l'humour lorsqu'un jeune écolier reproduit ce qu'il a appris au jardin, à savoir faire le mort en situation de danger imminent (Zoologico Nacional, Chili, 2012) : « Come to the zoo, you learn something ». Le danger est déployé lorsque l'animal est associé au risque et à la violence : d'une vengeance personnelle, un éléphant rancunier (la mémoire) frappe de sa trompe un adulte qui l'avait ridiculisé en tant qu'enfant (Nestlé, Pays-Bas, 1995) ; un ours traîne un assureur au téléphone avec une cliente dans sa fausse grotte (BNP Paribas, France, 2003). Un ours blanc prend un chewing-gum après avoir dévoré un employé du zoo (Freedent, France, 2009).

Nous terminerons avec deux spots marquants, caractéristiques des deux modalités : le premier est un spot pour des jeans (Zoo jeans, Japon, 2014) qui met en scène les secrets de fabrication des vêtements uniques produits au Zoo Hitachi. Le spot nous montre comment le coton est mordu et griffé par les animaux du zoo (ours, tigres, lions) avant d'être retravaillé en jean. Le

pantalon final de la marque Zoo jeans témoigne du passage des animaux car les trous sont apparents. Le pantalon est « Made by animals ». L'initiative insolite s'insère dans la promotion du jardin zoologique alors sur le déclin de popularité. La deuxième publicité effectue un parallèle entre le triste sort des animaux de zoo et un modèle de voiture (Audi, Espagne, 2004). Après une série de gros plans d'animaux totalement apathiques évoluant entre l'ennui et la dépression, immobiles face à des barreaux, murs et grillages (tortues, lions, orangs-outangs, autruches, macaques, antilopes, etc.) - le tout est accompagné d'une chanson parlant d'enfermement, de solitude et désespoir -, le spot se termine par la voiture enfermée et isolée dans un garage sombre avant qu'apparaissent le slogan blanc sur fond noir « Not everybody was born to live in the city. Audi allroad V8 ». On le constate, une analyse est nécessaire. Il serait possible de multiplier les exemples d'espèces animales retenues dans des parcs utilisées dans la publicité télévisée (lions, chimpanzés, lamas, hippopotames, gorilles, éléphants, pandas) afin de promouvoir des produits tels que du fast-food, des assurances, de la bière, des sites de rencontre, des chaînes musicales, des produits laitiers, des automobiles, des cartes de crédit, des boissons, de la télécommunication, etc. Il ne faudrait pas oublier l'aspect le plus notoire qu'est le spot publicitaire pour le jardin zoologique. Le temps passé devant les enclos semble ironiquement rejoindre celui passé devant la publicité. La durée du spot publicitaire d'animaux de parc zoologique de l'écran de télévision se rapprocherait-elle du temps moyen d'observation des animaux captifs au jardin zoologique ?

Une étude sur les temps d'observation au Regent's Park, en 1985, montre que les spectateurs restent en moyenne, quarante-six secondes devant les enclos des singes et trente-deux minutes dans un pavillon de cent cages soit dix-neuf secondes par cage, ce qui n'indique pas un examen approfondi et rappelle les manières de consommer les émissions télévisées, voire les œuvres d'art au musée. Mais on ignore s'il y a une accélération des vitesses de perception d'une génération à l'autre.<sup>398</sup>

---

<sup>398</sup> Baratay et Hardouin-Fugier, 1998, p. 222.

## 1.2. Le corps animal : le lait et les œufs

Mais de ce qu'elle absorbe elle fait du lait et non de la graisse. À heure fixe, elle offre son pis plein et carré. Elle ne retient pas le lait, - il y a des vaches qui le retiennent - généreusement, par ses quatre trayons élastiques, à peine pressés, elle vide sa fontaine. Elle ne remue ni le pied, ni la queue, mais de sa langue énorme et souple, elle s'amuse à lécher le dos de la servante.<sup>399</sup>

Le spot publicitaire, à l'instar du documentaire animalier, nous apparaît assez ambigu dans son traitement des animaux. L'exemple du jardin zoologique qui le démontre n'est pas isolé puisque d'autres secteurs en rapport direct aux animaux mettent en scènes des bêtes. C'est la promotion de produits laitiers et d'œufs, de bouillon, de produits frais, de chocolat, de poisson, de viande et charcuterie, etc. Car la vache blanche et mauve du chocolat au lait Milka est devenue la cible des critiques adressées à la publicité, nous nous arrêterons brièvement sur les vaches laitières. En France, deux vaches se partagent le succès : la première est la vache du fromage industriel La vache qui rit créée en 1921. Dans les spots, le rôle premier du dessin animé et de l'animation font de la vache un personnage pleinement fictif bien qu'elle fût choisie lors du casting de la star du fromage à l'image de l'actrice du film *La vache et le prisonnier* ! (*La vache qui rit*, France, 1986). On notera qu'après avoir été évacuée lors des spots de France de 2001, la vache réapparaît en 2010 dotée d'un corps à la station verticale. À l'échelle mondiale, la vache des enfants rouge aux boucles d'oreille est présente dans 120 pays si bien que ce fromage fondu est le plus consommé au monde<sup>400</sup>. Ciblant les enfants, avant de proposer des recettes et jeux sur son site web officiel, La vache qui rit a notamment été déclinée en images autocollantes et sous forme d'albums de type Panini. Ces images à collectionner - un fort argument de vente - reprennent les univers d'enfants et d'adolescents, à savoir le football, le cinéma (*La guerre des étoiles*), les dessins animés populaires (Walt Disney, La Warner), la bande dessinée (*Tintin*, *Gaston Lagaffe*, *Astérix*) et les animaux (découverte des animaux de la ferme), etc. Contrairement à elle, la vache Milka est un animal vivant que les spots associent à la montagne. Créée en 1901, la première vache était en noir et blanc sur le fond mauve du premier emballage. C'est par la suite que la vache prit la couleur mauve, un choix qui s'explique par la volonté de la marque de se démarquer de la

---

<sup>399</sup> Jules Renard, *Histoires naturelles*, Paris, 2003, p. 24.

<sup>400</sup> *La vache la plus célèbre du monde*, rétrospective (saga), l'émission Culture-Pub, octobre 2011 <http://www.culturepub.fr/chapitres/la-vache-la-plus-celebre-de-la-pub-2011-10-02/>.



concurrence par sa couleur. Entre 1973, date du premier spot publicitaire avec la vache mauve et aujourd'hui, la vache a tenu le premier rôle dans plus de 110 spots télévisés<sup>401</sup>. Dans les spots que nous avons consultés, le traitement de la vache est présenté comme exemplaire. La vache de Milka est un animal privilégié, c'est-à-dire à l'exact opposé du sort réel réservé aux vaches laitières.<sup>402</sup> L'histoire du point de vue animal construite par l'historien Éric Baratay et parallèlement les recherches critiques plus consacrées à l'étude de l'élevage s'éloignent drastiquement de celui de l'industrie et du marketing. Il est très surprenant de constater que contrairement aux joyeux poulets dansants chez Le Gaulois contre laquelle la PMAF (Protection mondiale des animaux de ferme) a déposé plainte pour publicité mensongère, la vache mauve Milka n'ait pas encore été amenée devant les tribunaux !

Les spots publicitaires insistent sur la tendresse du bon lait de la vache Milka dont les conditions d'existence déclassent à elles seules tous les objectifs sur le bien-être animal au sein de nos sociétés post-industrielles. Le lait tendre des vaches est un remerciement altruiste. Comment pourrait-il en être autrement ? Les vaches sont toute l'année en cure à la montagne (Milka, France, non datée). De plus, la narratrice entretient une relation de type amoureuse avec l'homme attentif qui s'occupe d'elle (Milka, France, 1996). La vache du spot déclare : « Voyez-vous, un homme qui vous couvre de bijoux, qui vous offre des fleurs, repasse vos robes, ne vous refuse jamais une sortie. C'est naturel de lui donner le meilleur de soi-même. Un bon lait des Alpes qui fera toute la tendresse d'un bon chocolat. Rien de tendre ne se fait sans amour. Milka, tendrement chocolat ». Nous remarquerons un parallèle avec La vache qui rit puisque ce n'est pas l'animal qui est cité mais ce qu'il produit : La vache qui rit est la star du fromage, la vache Milka est le lait des Alpes. Enfin, plus récemment, la vache Milka a été mise au service des humains en mal flagrant de communication et de sentiments. Elle réussit à rapprocher les amoureux et les adversaires. La vache est devenue la médiatrice : « Osez la tendresse » (Milka, France, 2011).

À côté de ces stars individualisées, la vache est mobilisée dans les nombreuses campagnes internationales prônant la consommation de produits laitiers mais encore le bouillon - ce sont les vaches actrices chantantes et dansantes du spot Maggi (France, 1955) - les messageries informatiques ou les voitures. Le destin laitier de la vache avait été scellé par l'agro-industrie

---

<sup>401</sup> Tiré du site web officiel, (historique de la vache Milka) <http://www-1.milka.be/accueil/d%C3%A9couvrir/historique/la-vache-milka> consulté le 03.05.2016.

<sup>402</sup> Éric Baratay, *Le point de vue animal*, Paris, 2012.

qui annonce fièrement la prise de possession quasi intégrale du corps de celles-ci. Dans un spot très canin de Lactel (France, 1981), les vaches domestiques sont apparentées aux chiens sortis à la laisse, isolés sur un balcon étroit parisien et apportant le journal. Une situation à laquelle Lactel permet de remédier : « Pour avoir du bon lait tous les jours. Pas la peine d'avoir sa vache. Il y a Lactel. Lactel, les mamelles de la France ».

Si Lactel s'octroie les mamelles des vaches en prenant les vaches pour des chiens, qu'en est-il des œufs ? Faut-il avoir une poule pour avoir des œufs frais à la maison ? C'est la marque Saint-Michel qui nous fournit la réponse (Les galettes Saint-Michel, France, 2015). Un homme court seul sur une plage. On entend sa voix : « Pardon. Oui, pardon de t'avoir oubliée. J'ai trop liké de petits chatons sur les réseaux sociaux, trop twitté de licornes et de chèvres au rire ridicule. Je regrette. Je te le jure, aujourd'hui, c'est fini car toi seule me pond des œufs tous les jours sans rien me demander en échange. Alors, il est temps de te dire tout mon amour pour toi ». L'homme prend la poule dans les bras et sort du cadre de la caméra avant que n'apparaisse à l'écran le lien en ligne de la campagne WeLovePoules et la phrase : « 100% de nos gâteaux sont fabriqués avec des œufs de poules en plein air ».

Cette campagne de la biscuiterie Saint-Michel détourne en quelque sorte la culture du clic de vidéos où les poules sont peu présentes. Sous les habits de la dérision, il est question de regrets et d'histoires d'amour. Cela a pour objectif de positionner Saint-Michel du côté des poules et de leur bien-être. Le biscuitier industriel revendique cette démarche comme inscrite dans le respect du bien-être de l'animal et a été soutenu par le CIWF (Compassion in World Farming) qui est reconnue comme organisation non gouvernementale internationale. Pour l'atteindre, sur son site en ligne, la campagne WelovePoules incite à intégrer les poules dans l'espace du web par le biais de vidéos et de photomontages<sup>403</sup>. La réhabilitation des poules visée se concrétise ainsi par une vie en plein air, la ponte massive d'œufs des poules vivantes et par le souhait industriel d'une vie sur Internet faite de vidéos, de photographies et de jeux de mots des poules vivantes des internautes. Nous conviendrons que cette existence ne va pas forcément dans l'intérêt, l'envie et le bien-être des poules pondeuses vivant désormais en plein air, de même que la production massive d'œufs pour l'industriel Saint-Michel.

Nous le constatons déjà, vivre avec les animaux n'a plus rien d'une évidence. C'est devenu une utopie et une utopie révolutionnaire car, pour continuer à vivre avec les bêtes il faut changer les fondations du

---

<sup>403</sup> Le site officiel Saint-Michel <http://www.stmichel.fr/welovepoules/> consulté le 03.05.2016.

monde. Dans ce monde-ci, l'homme humain finira par disparaître, remplacé par des machines ; devenu lui-même mi-humain, mi-machine, mort-vivant éternel et vide, surpuissant dans une nature à sa botte, mais dans un monde indifférent à sa présence. Avant de renoncer à vivre, écoutons pâturer les vaches et dormir les cochons. Écoutons-les.<sup>404</sup>

### 1.3. La protection de la nature

Après le corps animal, la revendication de bien-être animal par le biscuitier Saint-Michel nous amène aux spots publicitaires de la protection animale. Le WWF et Greenpeace possèdent de nombreux spots portant sur le réchauffement climatique, la pêche intensive, la chasse, l'eau, les rejets dans l'atmosphère, la pollution plastique, etc. La communication dont la publicité est un outil puissant utilisé comme moyen de campagne. De visée internationale, les spots peuvent également viser des zones culturelles précises, auquel cas ils s'adaptent au groupe ciblé. Rattachés à la protection de la nature, les animaux y sont intégrés. Identifiés par l'espèce, ils ne seront pas individualisés. Ceci diffère des spots dans lesquels une espèce animale ou un individu porte-parole constituent le cœur scénaristique de l'image.

En rapport à notre recherche, c'est le recours à l'animation qu'il nous faut tout d'abord signaler. Aux spots animés de sensibilisation, le recours aux références collectives amène à les détourner. C'est ainsi que pour une campagne internationale de 2014, Greenpeace a repris la première scène du classique *Le Roi lion* (1994) en y effaçant les animaux sauvages un à un après leur apparition. Le contraste entre les paroles de la chanson « L'histoire de la vie » et la disparition des animaux de leur terre est au final saisissante. L'histoire est dépossédée de ses acteurs. De manière moins directe, un spot du WWF (Pays-Bas, 2014) dans lequel des étoiles de mer transformées en étoiles de ninja coupent les filets de pêche et sauvent des animaux marins reprend en filigrane le film d'animation *Le monde de Némó*. Enfin, dans le spot animé du WWF (France, 2015), en préparation à la COP 21, la terre des animaux et des humains (dont les Parisiens) est inondée par la montée du sang. Le rouge du sang est celui de la montée de température du thermomètre mondial. Outre-Atlantique, Peta mise également sur la réalisation de spots animés, dans la dénonciation du sort des poussins dans les élevages en

---

<sup>404</sup> Jocelyne Porcher, *Vivre avec les animaux. Une utopie pour le XXI<sup>e</sup> siècle*, Paris, 2011, p. 150.

batterie (USA, 2014). Ce choix de promotion du véganisme et végétarisme se distingue des spots à caractère plus pornographique expliquant que l'abstinence de viande améliore la vie sexuelle des humains (casting session, 2011 ; Lats longer, 2016).

Dans les spots qui visent des entreprises précises, Greenpeace a détourné Barbie dans sa critique portée à la firme Mattel sur la déforestation provoquée par le besoin en bois des emballages de jouets : « Empêchons Mattel d'emballer ses jouets en sacrifiant les forêts » (France, 2011). Dans sa critique du partenariat de Lego avec le pétrolier Shell, le dernier jouet en plastique à disparaître dans le pétrole est un ours polaire Lego (Royaume-Uni, 2014). On retrouve l'idée d'inondation. Le deuxième point à signaler est que des animaux sont animés numériquement, ce qui permet d'animer les lèvres des animaux à l'écran lorsqu'ils parlent. La protection animale a donc recours à ce procédé de transformation de l'animal. Le troisième point est la mobilisation de l'animal de compagnie dans des campagnes (publicitaires) de protection d'animaux sauvages. C'est ainsi que le versant publicitaire félin de Greenpeace et le WWF nous amène à l'animal de compagnie.

## **2. L'animal de compagnie serait-il le meilleur spot de l'homme ?**

Faire rire, c'est émouvoir : c'est donc le signe d'une communication réussie. Ce n'est pas un hasard si la création publicitaire et les créatifs en particulier aiment bien l'humour : c'est en effet un des meilleurs vecteurs d'idées, un des moyens d'expression et d'échange les plus forts. Il crée une connivence entre la marque et sa cible et garantit ainsi l'impact recherché.<sup>405</sup>

Le recours aux chiens et aux chats dans la publicité est très important, surtout qu'il dépasse le cadre de l'industrie de l'animal de compagnie. Cela signifie qu'ils sont intégrés à la promotion d'un ensemble de produits et services, causes sociales et environnementales. La consultation des spots télévisés les plus récents, si elle ne nous renseigne pas sur l'histoire des présences du chien et du chat, nous a tout de même permis d'observer la polymorphie. Cette introduction du versant publicitaire des représentations modernes de l'animal de compagnie

---

<sup>405</sup> Maurice Lévy, *Les 100 mots de la communication*, Paris, 2006, p. 64.

se centre sur les catégories de leur apparition : la protection animale, les relations humaines, l'hygiène humaine, l'alimentation (humaine), la maison et son équipement, l'électronique et la technologie de loisir et la voiture. Dans un deuxième temps, une synthèse de ces apparitions sur écran permettra une identification plus générale du spot publicitaire de compagnie.

Une fonction de l'animal de compagnie est de protéger ses compagnons sauvages. C'est surtout le chat qui est concerné comme Norman qui est qualifié de militant écologiste (WWF, Canada, 2012). Du côté de Greenpeace, ce sont les chats célèbres d'Internet et des vidéos de chats qui sont utilisés pour sensibiliser au sort des tigres en liberté. En plus de l'image, des commentaires écrits apparaissent à l'écran (International, 2014). Quant au WWF, il s'est associé à Whiskas dans un spot dont l'argumentaire est que les tigres ne possèdent pas les neuf vies présumées du chat (Royaume-Uni, 2015).

Une autre fonction est de symboliser les relations humaines (l'exclusion, la violence, l'amitié et l'amour) : il existe des spots mettant en scène des chiots de race labrador dont l'objectif est de récolter des fonds pour les chiens-guides destinés aux personnes aveugles (Pays-Bas, 2000 ; Australie, 2011). Le chien-guide est utilisé dans des campagnes de sécurité routière (Italie, 2004) et sert d'élément comique de vente de raquettes de Squash lorsqu'il permet à un aveugle de triompher lors des parties (Gearbox, États-Unis, 2009). En ce qui concerne le chat, il est un témoin de l'extrême solitude des personnes âgées (Les petits frères des pauvres, France, 1996), du célibat et de l'isolement social (Meetup, États-Unis, 2010). Dans un spot d'Amnesty International dans lequel un chihuahua mène une vie luxueuse (Portugal, 2009), la voix annonce que le problème n'est pas que des animaux vivent comme des humains mais que des humains vivent comme des animaux. À la fin du spot publicitaire, un sans-abri fouillant une poubelle explicite l'ambivalence de la situation. L'autre remarque à faire est l'utilisation du chien dans la dénonciation des violences faites aux femmes au travail. Dans un spot hollandais, un homme installé devant une photocopieuse est harcelé par un chien qui prend sa jambe comme cible (1995). Ce spot est intéressant parce qu'il exploite une représentation humoristique du chien commune de la publicité en inversant le registre. Cet acte qui en appelle communément au rire exprime ici le harcèlement au travail. L'amitié et la proximité entre chiens et humains sont récurrentes dans la publicité. C'est la raison pour laquelle nous en parlerons dans la synthèse. Plus étonnantes sont les allusions amoureuses lorsque l'adoption d'un animal de compagnie est jugée préférable à une vie avec un partenaire

humain ou lorsque la promotion de préservatifs (Durex, États-Unis, 2009) est faite par l'accouplement dans des positions humaines de chiens qui sont des assemblages de préservatifs. Au Japon, le fabricant Sagami (Japon, 2016) a préféré la mise en scène artistique de parades nuptiales jouées par des danseurs professionnels (humains). Dans la publicité, la sexualité des animaux sert des fins diverses. L'accouplement de lions présente un site de ventes de Sex toys et de lingerie (Sexavenue.com, France, 2010), celui de coccinelles exprime la vitalité d'une voiture (Peugeot, Belgique, 2006) alors que pour Peta, fort habitué à certaine provocation, la diffusion d'accouplements d'animaux sauvages non carnivores tirés de documentaires animaliers démontre la vitalité sexuelle des personnes véganes : « Faites comme eux, devenez véganes » (Royaume-Uni, 2013). L'impossible accouplement de deux chiens séparés par une trop grande différence de taille fait la promotion de fameuses pages jaunes dans leur capacité à mettre les chiens à bonne hauteur ! (Telemor, Norvège, 2000).

Une autre catégorie est l'hygiène : n'en déplaisent à l'ours en peluche de la lessive Cajoline et au savon Le chat, les chiens sont associés à l'hygiène du corps et de la maison. Un chien à l'odorat sensible vante un déodorant pour pieds en mettant de sa propre initiative des chaussures odorantes à la poubelle (Mistine, Thaïlande, 2003). Utiliser le déodorant Axe rend les skinheads, les policiers et les chiens féroces inoffensifs. Le facteur peut embrasser le dogue menaçant du jardin ! (États-Unis, 2014). Les chiens font la publicité pour le papier hygiénique. Le traditionnel alcool du Saint-bernard est remplacé par un rouleau de papier dans une publicité Lotus qui présente un père de famille en costume de chien assis à côté de son enfant sur le pot (France, Lotus, 1997). Quant à la marque Kleenex, elle vend des mouchoirs avec l'émotion suscitée par l'histoire d'un homme et d'un chien handicapés en fauteuils roulants. La femme de l'homme pleure en louant le chien (USA, 2015). Elle vend également du papier hygiénique en lingettes (République de Corée, 2014). Après avoir détruit les rouleaux de manière spectaculaire, les chiens, vaincus par la disparition du rouleau, optent pour la commodité. Le tout est accompagné d'un karaoké.

La catégorie suivante est l'alimentation (humaine) : la farce classique du chien qui dérobe la nourriture est régulièrement exploitée par la publicité. Un chien innocent est désigné coupable d'avoir englouti l'assiette de jambon (Madrang, France, 2008). Chez Charal, une femme remarque que l'homme en balade a mangé un morceau du chien pendant la promenade. L'acte renvoie au slogan « depuis combien de temps n'avez-vous pas donné de viande à votre mari ? » (France, 2001). Cette représentation du chien mangeur ou mangé ne se rattache pas

uniquement à des producteurs du secteur de la viande. Il peut promouvoir une chaîne de télévision lorsque la téléspectatrice, happée par les programmes, ne remarque pas que le chien mange la Dinde du dîner (TF6, France, 2000). De plus, les produits que les chiens promeuvent sont aussi divers que la bière (Molson, Canada, 1980 ; Budweiser, États-Unis, 2014), le café (Nescafé, Royaume-Uni, 2001), le sucre (Tirlemont, Belgique, 2000), les boissons sucrées gazeuses (Pepsi cola, États-Unis, 2004), les chips (Lays, États-Unis, 2005), les yaourts (Chambourcy, France, 1990), etc.

Plus en rapport à la vie des chiens, la maison : l'association entre l'animal de compagnie et le foyer se révèle importante. Présents dans toutes les pièces, le chien et le chat s'adressent souvent de manière directe au téléspectateur. Ce face à face nous rappelle une pratique narrative de la bande dessinée dans laquelle le chien happe le lecteur avec un clin d'œil, une remarque, etc. Nous prendrons quelques exemples. L'animal vante les systèmes domotiques, c'est-à-dire la maison intelligente dont le modèle de vie se rapproche des ambitions de l'exposition d'Orange Hello demain et des réalisations du scientifique Frédéric Kaplan.<sup>406</sup> Outre-Atlantique, un système domotique a conçu une série de trois spots publicitaires autour de deux habitations et quatre animaux (At&T digital life, États-Unis, 2013). Le bouledogue Brutus et la chatte Judy vivent à Dallas dans le Texas et les deux cochons d'Inde, Kim et Carl, à Atlanta. Les animaux parlent à la caméra et s'expriment à propos du système domotique de leurs maisons respectives – les caméras de détection, les poignées de porte actionnées, le feu de la cheminée qui s'allume – avant que la fin du spot publicitaire en dévoile le secret qu'est la main humaine activant les commandes à distance. Dans ces spots, ce sont les animaux de la maison qui nous donnent leurs sentiments sur cette commande à distance : la gestion à distance de la maison nous est donnée à travers la perspective des animaux. Nous retrouvons une opposition entre le masculin et le féminin, selon l'adaptation de scènes de disputes chères au théâtre, cinéma et télévision : pour les cochons d'Inde, le mâle qui parle d'intervention du diable est critiqué par la femelle qui y constate l'intervention d'un ange. Pour Brutus et Judy, le chien se plaint d'être observé par la chatte, ce qu'elle réfute. Du jugement de l'animal apparent sur l'habitat, on glisse vers la mise en dérision de son approche. Du slogan « Control your home, even while you away », cette série semble annoncer « Control your Animals, even while you away ». De retour en Europe, c'est le géant suédois de l'ameublement qui mobilise le chien. La saleté des pattes du chien est vaincue par les housses interchangeables et lavables

---

<sup>406</sup> Frédéric Kaplan, *La métamorphose des objets*, Limoges, 2012.

(France, 2007) ; la résistance du chien aux ordres de l'humain dominant (Patrick Timsit) est mise en dérision par la rapidité de construction des meubles. Le chien obéit à la femme de l'acteur qui a rapidement construit l'étagère (France, 1987). Le chien est victime d'un jouet robot mal rangé par un enfant, ce qu'explique le slogan « Rangez. Si vous ne le faites pas pour vous, faites-le pour les autres » (France, 2001). Enfin, c'est le mauvais choix de la vaisselle qui explique l'obésité aggravée du chien de la maison. Placé sous la table, ce dernier reçoit les assiettes des invités (France, 2015). Les chiens de France ne sont pas les seuls à être concernés : un homme qui préfère profiter du confort de son salon, sort le chien par la fenêtre en le tenant par la laisse, tout en restant assis devant la télévision (Pologne, 2002). Un chien Jack-Russel est bouleversé par le nouveau mobilier. Il ne reconnaît plus l'intérieur de sa maison (Singapour, 2002). Enfin, pour conclure avec le site web de Conforama qui permet de designer les pièces, un homme modélise sa future cuisine sur son ordinateur en prenant pour modèle la cuisine située dans l'appartement d'en face. Le changement de cuisine agit sur le chien. Son chien, un bouledogue français, est remodelé par le lévrier afghan situé dans la cuisine modèle. L'effet comique est marqué par l'apparition d'une perruque blonde sur le bouledogue (France, 2009)

C'est ainsi que nous en arrivons à l'équipement : l'aménagement du foyer mobilise également des chiens, notamment l'équipement électronique de loisir. Le chien est sollicité par la télévision : un spot de Canalsat (France, 2011) nous présente un chien dressé à repérer les programmes préférés de son propriétaire. Très opérationnel, le chien « craquera » et se verra remplacé par Eureka, un moteur de recherche spécialiste des contenus de programme ! Après le chien, la série de spots intitulée La lionne (France, 2014) mettra en scène la savane afin de promouvoir le service à la demande. Ici, le genre documentaire animalier est détourné afin de présenter les différents programmes (dessin-animé, sport, amour). Dans un des spots, la lionne, à l'aide de sa voix et de sa bouche animée numériquement, interrompt la voix-off qui annonçait qu'elle partait pour la chasse en disant qu'à cette heure précise d'antenne, personne ne regarde les documentaires et que par conséquent, elle veut passer sur Canal Sat à la demande afin d'être à la disposition des téléspectateurs. Pour en revenir au chien, on observe que la publicité l'associe à la photographie. Il permet de tester la solidité matérielle de l'appareil (Olympus, États-Unis, 2008) ; il photographie lui-même ses petits afin de garder le meilleur d'eux avant l'arrivée de l'adolescence (Canon, Japon, 2008). Son propriétaire lui soumet des photographies de chiens du quartier afin qu'il trouve un partenaire canin



(Polaroid, États-Unis, 1996). L'informatique domestique l'exploite à son tour. Ainsi, dans le but de convaincre ses parents sur les bienfaits démontrés de la possession d'un chien (la responsabilisation et le jeu), un enfant utilisera Windows 7 (Microsoft, États-Unis, 2011) pour réaliser une présentation intitulée « Why we need a dog ? » contenant courbes, graphiques et vidéos. Un aspect important du lien publicitaire entre l'animal et l'électronique de loisir est la qualité de l'appareil, surtout en ce qui concerne la netteté de l'image. Une publicité pour une télévision propose de déclasser le réel (Samsung, États-Unis, 2013). Le slogan est « having the real thing is an awesome thing ». Un homme et son chien - une peluche chien basique de taille réelle -, « partagent » des moments. L'homme vient le chercher avec la laisse, il lui lance un bâton et un Frisbee, l'emmène chez le vétérinaire, le présente à une inconnue assise à côté de lui sur le même banc de parc, lui donne un morceau de bacon grillé, le fait tomber du lit, le place à la fenêtre de sa portière de voiture. La peluche demeure immobile. Elle n'a aucune réaction et les gens inconnus rencontrés trouvent ce couple dérangé. L'homme, quant à lui ne remarque rien, ceci, alors même que son chien Buddy est confronté à des chiens bien réels. À la fin du spot, le couple passe devant une vitrine d'un magasin où trois téléviseurs diffusent la même vidéo d'un chiot cadré de près qui court au ralenti dans l'herbe verte. Étonné, l'homme regarde sa peluche. La rupture est entamée. À la fin de la publicité, Buddy est « abandonné » à l'arbre situé devant la vitrine lorsqu'un chien réel en promenade est attiré par ce chien peluche attaché à un arbre et lui sent le derrière ! La firme Samsung est coutumière de cette confrontation par l'image entre l'animal et la technologie. Les mises en scènes renvoient à une expérience scientifique menée sur l'animal. Deux spots (États-Unis, 2011) ont séparément enfermé un chaton et une grenouille dans une salle vide dans laquelle au milieu se trouve un smartphone afin de montrer que les animaux agissent sur l'appareil. Ces spots ne ciblent pas un modèle mais la qualité de couleur des appareils. Pour le modèle Galaxy tab S (Grande-Bretagne, 2014), c'est au sein d'une grande ville qu'un faucon vivant plonge sur une proie, une simple image d'écran en mouvement. La publicité défie les capacités extraordinaires des animaux : la technique surpasse l'œil du faucon ! Parfois, l'animal du spot est en relation directe avec le lieu de tournage. Afin de convaincre les Australiens habitant loin de l'océan que la réalité virtuelle du modèle Galaxy note 4 compatible à un casque « atteint » le réel, des anonymes sont amenés à porter le casque (Australie, 2015). Celui-ci les plonge en plein océan dans lequel un requin les menace. Enfin, englobant la nature dans son ensemble, la firme a fait du pixel une source de lumière, de vie et de couleurs afin de vendre la télévision Samsung Oled TV (Grande-Bretagne, 2013). Le pixel crée un nouveau monde. Pour cela, il pixélise la

flore et la faune. Cette fusion nous ramène au Logo de Disneynature entrevu dans la partie précédente. Il nous est essentiel de savoir qu'en dehors des jeux vidéo, l'animal - l'animal de compagnie et l'animal sauvage - est mobilisé dans la publicité dédiée à la haute technologie de loisirs. Les chaînes de documentaires nature et animalier participent. Les spots de National Geographic Channel qui filment des animaux et des humains en témoignent (Royaume-Uni, 2007). Dans un spot plus récent (France, 2013), un alligator qui est filmé de très près à une résolution d'image surprenante est comparé aux acteurs humains de cinéma qu'il surclasse. Le slogan qui loue la simplicité de l'acteur qui réalise lui-même ses cascades est « rien n'est aussi fort que la réalité ». La déontologie des photographes de National Geographic est telle que même une fois dévorés par les lions, le bras qui a survécu s'éloigne afin de prendre un cliché au plus près des animaux (Pérou, 2009) ! Mais revenons-en au chien.

La téléphonie mise plus sur l'humour. La téléphonie mobile joue sur les proportions. La marque Motorola (Allemagne, 2000) vante la petite taille de son modèle en le plaçant dans l'estomac de chiens de petite taille. L'homme téléphone en tenant le chien à la manière d'un téléphone. Chez Sagem (France, 2003), elle joue sur la disponibilité du téléphone portable. Le chien - un lévrier afghan anthropomorphe - téléphone en pleine rue. À la maison, chez France Telecom (France, 2000), le responsable du montant des factures est le chien de la famille qui téléphone. Chez Neuf (France, 2006), la Neuf box (télévision, internet, téléphone) affirme détourner les codes de la publicité qui utilise des stars et des chiens, ici Éric Cantona et un chiot Labrador, à des fins simplifiées de vente...en les réutilisant par la parodie !

Enfin, car les chiens aiment tirer la langue une fois la fenêtre ouverte, notre dernière catégorie est la voiture. Le chien est omniprésent dans le secteur automobile. Le chien vante l'offre d'un modèle. Un bouledogue est promené par une voiture pour laquelle 40 000 kilomètres sont offerts à l'achat (Renault, France, 2003). Le chien en vante la puissance. Celle-ci est telle que le chien n'a plus le temps d'uriner sur la roue (Pontiac, Canada, 2008). Chez Toyota, c'est le design de la voiture qui trompe le chien qui a voulu la rattraper alors qu'elle est à l'arrêt (Celica, États-Unis, 2001). Pour Audi, la prise de virage parfaite sur la neige montre que la technique est supérieure à la stabilité de la course du chien (Audi, Norvège, 2006), et la vitesse déplie le visage du Sharpei à la fenêtre. Le chien en vante l'espace du coffre lorsque sa taille permet d'y installer une famille de dalmatiens grandissante (Citroën, France, 1995). Nous noterons qu'en France, le dessin animé est ressorti en salle la même année. En résumé, nous dirons que le chien est présent chez de nombreux constructeurs (Volkswagen, Audi,

Toyota, Citroën, Renault, Jeep, Pontiac), qu'il est présenté dans des situations connues (il court après la voiture, il urine sur les roues, il passe sa tête par la fenêtre) mais aussi absurdes. La publicité n'hésite pas à montrer un chien qui imite le bruit et le mouvement d'une voiture tout au long de la journée (Volkswagen, 2013). Comme nous le montre ce fabricant allemand, il existe des modèles de la marque pour chaque race de chien (Royaume-Uni, 2013). La voiture est le seul espace où il peut s'adonner en toute confiance à son talent de chanteur (Royaume-Uni, 2008). Un chien se montre même prêt à mincir pour passer le clapet de la porte d'entrée de la maison afin d'aller courir à côté de la voiture (États-Unis, 2012).

Au regard de l'étendue de la culture pub du chien et du chat, que pouvons-nous en déduire ?

C'est sans surprise que la publicité associe le chien à la viande et à un régime carnivore. Le chien est attiré par la viande et la charcuterie qu'il volera à l'occasion. En adéquation avec notre époque, à laquelle la viande est considérée comme centrale dans le régime alimentaire des chiens, le gourmand des spots publicitaires ne se voit pas rattaché aux légumes. L'indétrônable lapin blanc immaculé aux lunettes de soleil de Cassegrain y préside depuis 1985 ! Cette association du chien mangeur et avaleur se décline dans des spots sans rapport à l'alimentation : les clés de la voiture ou le téléphone portable disparaissent parfois dans l'estomac insatiable du compagnon.

Le chien est également associé au foyer : il se déplace dans le jardin et dans toutes les pièces y compris les toilettes. Le chien connaît la configuration de l'espace, peut subir le désordre qui y règne et s'interroger sur ce qu'est la maison intelligente. Il observe la construction des meubles, permet à son propriétaire de regarder les programmes télévisés les plus appropriés et apparaît parfois plus réel à l'écran qu'en chair et en os. Au Japon, un système de caméra de surveillance à domicile permet d'observer à distance et à tout moment le chien de son téléphone portable (NTT docomo, Japon, non daté). Le visuel de ce spot nous rapproche du jeu vidéo. En effet, la caméra et ses mouvements, nous l'analyserons plus loin, montrent des similitudes avec une caméra de surveillance comme c'est le cas dans *Petz ma famille chiots* (Nintendo DS, 2008). Néanmoins, la publicité ne limite pas l'espace du chien au foyer. Sa vie à l'extérieur est signalisée par son utilisation dans la promotion de la voiture ainsi que par la promenade, souvent représentée comme une corvée dont on se passerait volontiers.

Une autre association est celle de l'animal en tant que démonstration vivante d'une relation humaine et animale. Il dénonce l'exclusion et l'indifférence. Le chien est occasionnellement la cible des provocations mais ce sont surtout les rôles d'ami et de soutien qui le définissent. Cette identité du chien, nous l'avons vu, se retrouve dans la bande dessinée et le dessin animé. À la consultation des publicités d'alimentation plus anciennes des marques Canigou, ronron et de Royal canin qui traitaient de l'alimentation du chien et du chat, une évolution quant au contenu narratif est observable. Désormais, il faut affirmer une relation amicale à l'animal, amoureuse ou familiale. Pour les chats, la marque Sheba clame ostensiblement l'intensité de la relation : « Pour dire je t'aime » (France, 1988) ou plus récemment, la passion de l'actrice sensuelle Eva Longoria « Ma passion, mon chat, ma préférence » (2012). Pour les chiens, César propose « Love them back » dans une série de spots mettant en scène la complicité entre un chien et un homme (Royaume-Uni, 2013/2015), à l'opposé de Sheba qui associe le chat aux femmes. Chez ces deux marques du puissant groupe Mars inc, nous observons que les animaux vivants des spots correspondent à ceux qui représentent la marque, un chat noir et un chien blanc de la race West-Highland-white-terrier. Il y a donc une continuité entre l'image animale représentant la marque et l'animal vivant du spot publicitaire. Pour son produit Pro Plan, la marque Purina pousse la logique plus loin en affirmant « inside every good dog is a great dog » (États-Unis, 2012) dans un spot télévisé qui constitue une véritable ode aux chiens. Rythmé par une musique à forte charge émotionnelle, le spot est une suite de petites séquences de type amateur dans lesquelles la proximité et la connivence entre les humains et les chiens est grandiloquente. Évacué de toute incommodité ou conflit, c'est un véritable panel du chien qui imbrique les scènes d'intimités filmées en gros plan aux prouesses professionnelles et sportives canines. On y voit un chien sur un canapé, un chien qui court sur une plage avec une balle, un chiot qui se réveille, un chien sauveteur, un chien qui regarde par la fenêtre, un chien de sauvetage en haute montagne, une retrouvaille entre un soldat et son chien, un chien handicapé en fauteuil roulant, un chien guide d'aveugle, un chien qui assiste une femme très âgée à l'hôpital, etc. En ce qui concerne le chat, le groupe Purina optera pour une expérience de thérapie contre le stress urbain (États-Unis, 2014). Placée en plein centre urbain, une installation composée d'un casque audio, d'un tapis et d'un coussin de relaxation accueille des passants auto-proclamés stressés afin de garantir un retour au calme. Le verre de l'installation est un facteur déterminant puisqu'il permet aux passants d'observer la scène. Dans le casque audio, après la voix humaine, un chat ronronne, ce qui active la sortie de chatons de clapets du mur de l'installation. Le spot nous montre alors les interactions entre les

heureux cobayes et les chatons de l'installation en verre avant de se conclure sur une image du lien internet Kitten therapy en version virtuelle. Nous le constatons, le lien mis en scène entre les humains et les animaux de compagnie est protéiforme et parfois, c'est avec humour qu'on se débarrasse du chien pour pactiser avec un modèle de voiture. Dans d'autres cas, le rapport entre le chien et la voiture est plus difficile à cerner. Dans un spot pour une voiture de marque Chevrolet (États-Unis, 2014), une femme qui fait ses adieux à son chien mourant, se remémore des moments forts de sa vie partagée - l'adoption du chien, un anniversaire, une rupture avec un petit ami, une promenade, un emménagement, etc. - avant qu'apparaisse en toute fin le souvenir du départ en voiture avec le chiot. La voiture est suivie du slogan « A best friend for life's journey » ! Que penser de ce malencontreux double-sens ?

Le chien sert également d'étalon lorsqu'il est comparé à des machines ou des chiens fictifs : il est en concurrence avec des objets inanimés comme les voitures qui deviennent le nouveau meilleur ami de l'homme ou avec une quelconque innovation qui surpasse ses compétences. Le chien de Volkswagen « singe » les voitures. Le chien est en outre en concurrence avec le héros de cartoon. Il est jugé plus médiocre que le héros canin fictif dans un spot de la chaîne Cartoon Network (Royaume-Uni, 1999) : un chien filmé se léchant sur le pas d'une porte se voit affublé du slogan « It's better in cartoon » qui introduit des images du héros Scoubidou ! Avec les humains, il est en concurrence ou en connivence. Une série de trois spots de Pacopet Sho (Italie, 2003) ridiculise le comportement puéril, brutal et indifférent des hommes avant d'annoncer « Des hommes comme ça, c'est pourquoi vous aimez votre chat ». De nouveau, l'association entre les chats et les femmes est appuyée. Elles ont une affinité naturelle ou biologique de corps. C'est pourquoi, la dérision de l'imitation est incarnée par des hommes. Whiskas, dans une série de spots anthropomorphiques (Canada, 2006), présentera les hommes Boris et Hubert qui imitent des chatons avant de préciser que seuls les chats peuvent être des chats. En ce qui concerne la connivence et la ressemblance, en dehors du lien d'amitié, c'est la proximité des corps et des expressions qui est mise en scène. Une affiche faciale de « tel maître, tel chien ».

Illustration 1



Affiche de la campagne *César* (2000)

Dans ce cadre, là encore, la publicité prend appui sur la caricature et la photographie. À première vue, alors que le corps du chat est surtout relié à celui des femmes (Sheba et l'actrice Eva Longoria), les analogies canines et humaines semblent davantage se concentrer sur la ressemblance des visages. Plus en phase avec le cinéma, l'autre possibilité consiste à recréer numériquement la gueule des chiens et chats pour les faire parler (Toyota, Afrique du Sud, 2009) ou pour justifier l'efficacité des produits alimentaires dentaires canins (Pedigree, États-Unis, 2010). Il est de surcroît envisageable de transformer le corps dans son intégralité.

Mais le plus important est la séparation opérée entre le chien et le chat. Ce scénario est en effet surreprésenté. Pour Friskies, c'est la saleté du chien qui invite à préférer le chat (Afrique du sud, 2011) alors que pour O2 du secteur de la téléphonie et de la télécommunication (Royaume-Uni, 2013), un chat qui s'ennuie fermement à la maison décide de devenir un chien afin d'explorer le monde : courir après un bâton, se baigner, sauter, gratter le sol, attraper un frisbee, courir à toute allure dans l'herbe, etc. Cette rivalité est donc un passage possible lorsque les chats préfèrent l'action du monde extérieur à l'ennui du foyer.

Le rire est recherché par la publicité lorsqu'elle combine les espèces, pour promouvoir du café ou pour une chaîne de télévision. Un homme mal réveillé - il n'a pas encore bu son café matinal (Nescafé, Canada, 2012) - retrouve son chien avec un corps hybride de reptile avant de retrouver ses esprits et son chien. Chez Canal +, pour les fêtes de Noël, on montre les

dégâts de l'adoption d'un phacochère qui est assimilé à un chien : « Offrez-vous un cadeau que vous ne regretterez pas » (France, 2015). De manière plus générale, la publicité a recours aux créatures hybrides, qu'elles soient des créatures digitales - la girafe et les autres animaux des publicités parodiques ouvertement misogynes d'Orangina ou la peau d'ours réalisatrice de films de Canal + (France, 2011) -, des déguisements ou qu'elles soient mimées. Ainsi, pour rappeler son passé de sellier, Hermès Paris met en scène des acteurs jouant des chevaux (France, 2014). Une autre voie est la juxtaposition des humains et des bêtes. Dans une série de spots pour AdopteUnMec.com, des hommes sont identifiés par les animaux vivants qui ont fonction de les représenter : un poussin, un ours, un renard, un lionceau, une panthère, une loutre, un serpent, un renard (France, 2013). Par manque d'humour, ces spots publicitaires n'ont malheureusement pas opté pour le lapin, et ce, malgré l'endurance des lapins des piles Duracel et Energizer ! Enfin, le rattachement aux spectacles d'animaux persiste avec les publicités de Bouygues Telecom qui reconnaît faire une publicité télévisée sur Internet avec des chatons vivants parce que les gens aiment regarder des vidéos de chatons sur Internet (Les chatons, France, 2011) !

La publicité s'inspire explicitement des phénomènes du web. L'exemple le plus emblématique est celui des vidéos amateurs de chat. Sur Internet, la « vague » de vidéos amateurs à contenu animal ouvre des perspectives de recherche conséquentes qui confronteront les chercheurs à la bigarrure des mises en scène : combats, pratiques sexuelles et pornographiques, scènes spectaculaires, scènes de mise à mort, scènes de tendresse, moments quotidiens, scènes comiques, etc. Le phénomène des vidéos de chats a eu un écho retentissant. Qui n'a pas entendu parler du chat de la vidéo Keyboard Cat tournée en 1984 et postée 20 ans plus tard sur le site You tube ? Les chats de ces vidéos sont rapidement devenus des célébrités : Happy cat, Long cat, Surprised Kitty, le chaton Attila Fluff âgé de huit semaines élu le chaton le plus mignon de la planète ou encore le chat Maru dont le succès est grandiloquent : « Plébiscité par ses millions de fans sur YouTube depuis 2008, Maru a ouvert un blog, sorti un livre et un DVD »<sup>407</sup>. Si ces chats sont mis en scène, filmés et postés, d'autres, à l'image de ce qui s'est produit dans les dessins animés, fonctionnent comme des sources d'inspiration. C'est le cas de Simon's cat, série d'animation en blanc et noir créée en 2008 par Simon Tofield qui prend pour base les chats de l'artiste dans des situations définies comme proches de la réalité.

---

<sup>407</sup> Camille Gévaudan, « Chats sur le web : sélection des meilleurs représentants », le 5.12.2011 sur : <http://www.liberation.fr /medias/01012375616-ministre-de-l-antérieur-keyboard-cat>.

L'artiste affirme travailler sur les mouvements et les miaulements qu'il retranscrit par des onomatopées correspondantes. L'anonymat des animaux est jugé positivement. Il permettrait aux internautes de transposer plus aisément leurs propres chats : « Difficile en effet de ne pas reconnaître sa propre boule de poils dans ce chat de pixels, tant sa gestuelle et son caractère semblent universels [...] Tous ces mouvements caractéristiques, finement observés et reproduit par Simon Tofield, font de Simon's Cat une sorte de chat générique »<sup>408</sup>. Après le visionnement de films d'animation – sans oublier les livres et l'application pour Iphone – il nous est apparu que ce chat se rallie davantage à la tradition des comics, et ce, malgré les portraits photographiques des chats sur le site officiel de l'artiste. Remarquons pour finir que les chats de Simon ne sont pas dotés de moustaches !

Suppléés par la presse papier et télévisuelle, les chats, par le biais du succès de ces vidéos, ont été qualifiés de Rois de l'internet, ce que Vincent Glad tente de démentir dans un court article posté. Selon lui, la consultation des divers sites ainsi que la séparation des vidéos en catégories Pratiques quotidiennes et vidéo à succès ne permettent pas de placer le chat au sommet, le chien et le cheval étant tout aussi bien représentés. Selon lui, les chats sont davantage les rois culturels du web : le chat serait rattaché à la figure des geek, une élite qui par l'identification au chat se légitime et se spiritualise par la distinction. Les chats serviraient de maintien communautaire, le web ayant ses logiques de mythologisation. Le chat serait une métaphore du Nerd assis devant son écran d'ordinateur : un être asocial, poilu, égoïste, etc. Ici, un rappel historique clarifie la généalogie. La première mise en scène de chats est *Boxing cats* datée de 1894, tournée non dans le cadre d'Internet mais du kinéscope<sup>409</sup>. Plus tardivement, avec beaucoup plus de dérision et d'humour, la télévision leur avait réservé un espace privé avec l'émission *Téléchat* (1983) de Roland Topor (1938-1997) et sa célèbre *Société Protectrice des Objets (SPO)* !

---

<sup>408</sup> Camille Gévaudan, « Maaou... », le 5.12.2011 sur : <http://www.liberation.fr/medias/01012375621-maaou>

<sup>409</sup> Vincent Glad, « Les chats ne sont pas les rois de l'Internet », posté le 7/12/2011 sur le blog *Culture visuelle*.



## IV. Conclusion : la culture pub du chien

Le paysage média en pleine mutation impose un certain nombre de nouvelles obligations aux marques dans le périlleux exercice de leur communication. La seule publicité télévisée (le fameux « spot de trente secondes ») semble dépassée comme support absolu de la communication d'une marque et il est aujourd'hui communément admis que l'avenir de la pub est en ligne ou est interactive, digitale et mobile.<sup>410</sup>

Annoncer l'obsolescence du spot publicitaire télévisé serait trop osé. Néanmoins, les signes d'un profond changement sont déjà visibles. Lorsque nous naviguons dans l'espace virtuel, victimes du mythe fondateur de la gratuité de l'Internet (du web 2.0), la publicité est tolérée. Cette acceptation (forcée) s'explique aussi par notre connaissance de la place de la publicité dans la presse, de la radio et de la télévision. Le flux de publicités sur la toile semble tout simplement prolonger un état médiatique pré- et coexistant. Or, la publicité en est un pilier : « Grâce aux revenus de la publicité, Google a dégagé un bénéfice de 9,737 milliards de dollars pour l'année 2011 [...] La publicité a représenté 96,3% de son chiffre d'affaires ! En 2012, cette tendance s'est confirmée. Le géant du Web dépend quasi exclusivement des recettes publicitaires ». <sup>411</sup>

Afin de capter l'attention de l'internaute, la publicité s'est diversifiée : il y a les bannières qui sont des bandeaux affichés à l'écran sur lesquels il faut cliquer ou les liens sponsorisés qui sont des publicités au format texte glissées et intercalées dans les contenus des sites. Surtout, le ciblage avec les fameux cookies (fichiers espions) qui captent des données sur l'internaute lors de sa navigation. Le web est une plate-forme qui constitue une opportunité pour les entreprises qui, avec les outils fournis par Google et les autres pouvoirs en place, sont dans la capacité d'obtenir des informations très précises. Avec ces outils d'étude, l'utilisation de l'adresse IP des appareils par les entreprises et la géolocalisation (ex : Foursquare), l'individu qui navigue est observé. L'outil Google Analytics qui analyse l'audience des sites en constitue une illustration.

Avec l'avènement du digital, le Brand Content, c'est-à-dire le « contenu de marques », est

---

<sup>410</sup> Jamet, 2011, p. 125.

<sup>411</sup> Cédric Biagini, *L'emprise numérique. Comment Internet et les nouvelles technologies ont colonisé nos vies*, Montreuil, 2012, p. 297.

apparu. Les marques, afin de créer du désir transitent plus vers le digital (ex : réseaux sociaux en ligne), créent sur Internet une histoire autour de l'objet (jeux, événements) et les insèrent dans des fictions existantes (films au cinéma, séries et émissions télévisées). En résumé, ces publicités d'un nouveau type ne transitent plus uniquement par la télévision. Elles sont plus interactives et en appellent à la réaction. Le co-auteur de l'ouvrage *Brand Content* Matthieu Guével souligne la portée et la profondeur de cette nouvelle ligne directrice de la publicité :

Le Brand Content correspond à la logique du désir humain comme elle a été formulée par Deleuze dans *L'Anti-Œdipe* : nous ne désirons jamais un objet qui serait „l'obscur objet du désir“, nous désirons toujours par grappe, nous créons des mondes, nous créons des agencements. [...] Si les marques veulent coller au fonctionnement de ce désir, il ne suffit pas de focaliser l'attention sur un objet starisé, il faut créer des mondes et proposer des expériences intégrées.<sup>412</sup>

Comme nous l'avons constaté, l'animal est enrôlé dans le secteur de la publicité afin de faire la promotion d'une gamme de produits, services et causes diverses. Il se retrouve régulièrement dans les spots comme sur les affiches sportives. Le sport professionnel de haut niveau témoigne du maintien de l'identification des nations aux animaux : la RATP, sponsor de l'équipe nationale tricolore de rugby, opta pour une grenouille avec une rose dans la bouche afin de souligner l'idée de revanche sur le rival anglais (2008). Une autre affiche est du PMU : elle présente un coq triomphant sur un rôti de bœuf (2012) « Nous sommes prêts à ficeler les anglais ».<sup>413</sup>

La publicité qui manie la formule (les mots des slogans) marque notre espace géographique et mental. Les affiches, les tracts et les spots publicitaires mobilisent les animaux par ce postulat de capture de l'œil et de l'attention. Les caricatures animales et les dévalorisations subsistent. C'est ce que la campagne de la RATP (2011) de lutte contre les incivilités a exploité avec des voyageurs transformés en bêtes : lama, paresseux, buffle, lézard ou poule. La créativité des publicitaires, en plus d'avoir recours à des représentations culturelles accessibles à toutes et à tous, revêt les habits de l'originalité. C'est en partie ce qui explique les utilisations flexibles des espèces animales, que ce soit dans le rapport à la marque ou dans la forme animale choisie (dessin, animal acteur réel, montage numérique, costume). À l'instar du cinéma, la publicité

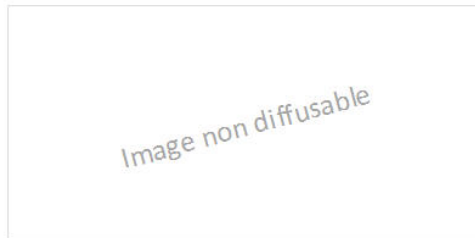
---

<sup>412</sup> Matthieu Guével cité dans Jamet, 2011, p. 126.

<sup>413</sup> Les affiches sont disponibles sur <http://www.vivelapub.fr/le-stereotype-du-francais-dans-la-pub/>.

mobilise des animaux vivants qu'elle photographie, filme et transforme ensuite par ordinateur. Ces animaux, qui ne sont élevés au rang de stars, demeurent des bêtes anonymes.

### Illustration 2



La campagne Pedigree *Dentastix* (2012)

En outre, les animaux de compagnie doivent « mettre la main à la patte », par exemple lors de concours de photographies. Les acteurs canins ne sont plus les seuls à avoir l'autorisation d'apparaître dans les publicités. En effet, l'industrie alimentaire de l'animal de compagnie utilise de plus en plus de montages de vidéos réelles amateurs ou professionnelles d'animaux afin de fabriquer des publicités. Ce sont des montages vidéo qui introduisent des scènes de vie quotidiennes ou extraordinaires des animaux et de leurs interactions avec les humains. Ce processus à l'œuvre est relayé par de très nombreux sites Internet en lien aux animaux de compagnie, par la presse spécialisée et par les réseaux sociaux virtuels. En ce concerne les animaux vivants, la publicité de Lactel remplace les chiens par des vaches, la vache de Milka est traitée avec soin par son éleveur voué, l'industriel saint-Michel lance Welovepoules, la campagne Cesar insiste sur notre ressemblance faciale avec les chiens. La publicité participe activement à la réhabilitation des animaux et répond au besoin de cohésion de nos sociétés.

L'animal est aujourd'hui un partenaire social et mental des Occidentaux, comme en témoigne le nombre

important de livres, de revues et d'émissions de radio et de télévision qui lui sont consacrés. La dichotomie de l'intérêt et de la compassion envers les animaux d'élevage et les animaux familiers analysée par Jean-Pierre Digard [1990, 1999] est peut-être en train de s'estomper pour céder la place à un mouvement plus cohérent de responsabilisation envers l'animal, quels que soient les rapports qui nous lient à lui.<sup>414</sup>

Au XXI<sup>e</sup> siècle, nous naviguons en compagnie d'animaux perdus dans un espace virtuel et un espace réel saturés de publicités. Quant aux chiens, contrairement à leurs compagnons, il semblerait que la publicité leur fasse une belle dent !

---

<sup>414</sup> Jocelyne Porcher, « L'esprit du don. Archaïsme ou modernité de l'élevage ? », dans *Revue de MAUSS*, n° 20, 2002.



## **Chapitre V**

### **L'album Panini**

Le groupe Panini, sa présentation officielle :

Le Groupe Panini, dont le siège est à Modena (Italie) et qui détient des filiales dans tous les principaux pays d'Europe, États-Unis et Amérique Latine, est leader mondial dans le secteur des images autocollantes et des cartes à collectionner. Panini est une multinationale leader dans la publication des bandes dessinées, des magazines et des mangas en Europe et en Amérique Latine. En outre, ce groupe est le leader italien dans la distribution des bandes dessinées en librairies et développe actuellement un important programme dans le domaine des nouveaux médias. En 2010, le Groupe Panini a réalisé un chiffre d'affaires consolidé de plus de 800 millions d'euros, réparti sur plus de 100 pays, avec plus de 850 salariés.<sup>415</sup>

---

<sup>415</sup> Extrait du site officiel Panini <http://store.panini.fr/societe/le-groupe-panini.html>.

## Introduction : L'album Panini, la vignette autocollante mondiale

En 1961, Giuseppe et Benito Panini, marchands de journaux à Modena, ont eu l'idée de vendre des images de footballeurs à collectionner et à coller dans un album appelé "Calciatori" (les footballeurs en italien). C'est la première fois que des images quittaient l'emballage d'une tablette de chocolat pour devenir un produit à part entière [...] Au cours des années soixante-dix, l'image autocollante, véritable bouleversement technologique, fit son apparition et le marché s'internationalisa.<sup>416</sup>

Pour les grands enfants qui ne le connaîtraient pas encore, l'album Panini est un album thématique en papier. Il contient des espaces vides numérotés qui sont les emplacements destinés à des images autocollantes de petit format achetées par pochettes de cinq images. Chaque album a pour thème un dessin animé, un évènement sportif ou un championnat, une marque, une série télévisée, une espèce ou race animale, etc. L'album Panini est surtout célèbre pour ses images de football qui sont les stars des cours de récréation et des collectionneurs. Introduire l'album Panini, c'est d'abord présenter ce qu'est Panini, à savoir une puissante entreprise familiale. Depuis sa fondation dans les années 60 à aujourd'hui, l'entreprise Panini s'est imposée à un niveau international. Panini est le leader mondial dans le secteur des images autocollantes. Son logo est évocateur de souvenirs d'enfance comme il est le quotidien des jeunes générations d'aujourd'hui :

Illustration 1



Le célèbre logo de Panini

---

<sup>416</sup> Le site web Panini est consultable sur <http://www.paninionline.com/collectibles/institutional/fr/fr/azienda.asp>.



Contrairement aux jeux de cartes à succès dont l'ampleur et les spécificités ludiques attirent les curiosités des chercheurs – que nous songions à *Pokémon*, *Yu-Gi-Oh*, *Digimon*, *Star Wars* et aux cartes associées aux jeux de rôles – les vignettes autocollantes Panini se situent davantage en arrière-plan, c'est-à-dire dans la pérennité. L'album Panini, car il englobe tout ce qui a trait aux mondes des enfants, n'est pas dépendant des aléas du marché. Sous un angle historique, sa capacité à s'appropriier les univers des enfants et adolescents lui confère un statut de catalogue. Enfin, nous précisons que l'album Panini a eu son pendant japonais à partir de 1985 : l'entreprise *Amada* publia des albums d'autocollants Famicom, la console NES de Nintendo.<sup>417</sup> En sa qualité d'image matérielle, la vignette Panini dépasse la simple pratique de la simple collection. La possession d'un album complet n'est pas l'unique moyen de prendre du plaisir. La vignette est matière à jeux : les enfants se les approprient par toutes sortes de joutes et défis lancés. Ce détournement de l'image autocollante par les enfants n'est pas un contre-emploi. Panini en a conscience et conseille même aux enfants de compléter leurs collections en échangeant les cartes inutiles. Elle est cautionnée par Panini : « Quand tu as des doubles, échange-les avec tes camarades mais si, à la fin il te manque encore des numéros, écris à [...] pour pouvoir compléter ta collection » (Album *WWF animaux à sauver*, 1987). Ces pratiques de jeux, souvenirs nostalgiques du temps révolu des joies de la cour de récréation, sont devenues des marqueurs générationnels forts :

Et oui avant même les pogs et les billes, la fureur des images stickers envahissait les cours d'école. Le jeu était très simple. D'abord, ton pote te lançait un défi avec un regard de méchant, l'œil noir et les sourcils froncés : "On joue aux images ?". Le mieux est de s'asseoir sur les fesses, les jambes écartées face à l'adversaire qui en fait de même pour former une zone de jeu. On pose ensuite toutes les images par terre côté verso. Et chacun son tour, avec une ou deux mains, côté paume, il fallait taper l'image de façon à l'aspirer quand on relève la main. Si l'image retombe sur le côté recto, le joueur remporte l'image.<sup>418</sup>

En ce qui nous concerne, ce sont surtout les représentations des chiens qui nous ont importé. La grande spécificité de l'album Panini est qu'il construit une narration découpée image par image, une spécificité qui facilite l'observation du chercheur. Notre étude s'est appuyée sur les sites web officiels du groupe Panini ainsi que des sites web de fans et collectionneurs.<sup>419</sup> En grande partie basé sur un site web amateur, le corpus que nous avons eu à disposition possède des limites d'ordre statistique. Le répertoire évolue au gré du temps, c'est pourquoi,

<sup>417</sup> Florent Gorges, *L'histoire de Nintendo 1983-2003*, Châtillon, 2011, p. 179.

<sup>418</sup> *Les Fantastickers de Panini* (23.07.2009) sur <http://www.coup-de-vieux.fr/les-fantastickers-de-panini/>.

<sup>419</sup> Les sites sont [www.paninicomics.fr](http://www.paninicomics.fr) et [www.paninionline.com](http://www.paninionline.com). Le site de fans est [www.paninimania.com](http://www.paninimania.com).

même si les albums mentionnés indiquent des tendances, les données demeurent variables. D'ailleurs, la consultation attentive a révélé que le site propose des albums de vignettes qui appartiennent à des firmes concurrentes. Le deuxième point est que nous n'avons pas pris en compte la série scientifique Panini. Ce sont les albums jaunes de sciences naturelles, zoologie, géographie, histoire qui sont pédagogiques et destinés à la réalisation de dossiers et devoirs scolaires. Enfin, par souci de commodité, notre plan reprend quelque peu les catégories du site web de fans et collectionneurs. Dans l'ombre des vignettes autocollantes des footballeurs se cachent des animaux. Panini, bien qu'au cœur des pratiques des enfants et d'un commerce international d'images, est restée méconnue. Le paquet d'images est déjà acheté et il ne tient qu'à nous de l'ouvrir afin de découvrir ces images animales pour les coller dans notre album.

## I. La catégorie des animaux (hors chien)

La première sous-catégorie est « Autres/Animaux divers ». Pour les albums de la période qui précède l'apparition de l'album Panini en Italie, soit 1961, la série *Faunaflor* (1952-1958) du Chocolat Côte d'Or est à citer, ainsi que les albums de la marque Suchard.

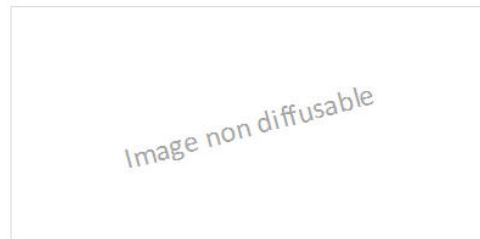
Les années soixante-dix ont été marquées par la série d'albums *Connaissance de...* du Chocolat Poulain. Du côté des plus récents, *Les Plus Beaux Animaux – Mc Collection* de Mac Donald (2006) ou *Le Cirque Magique – Danonino* (2010) sont répertoriés. Le primat des marques, l'utilisation de personnages célèbres de bande dessinée (ex : Garfield), le rôle central des supermarchés (Intermarché, Carrefour, Tegut, Billa, Spar) et la participation régulière du WWF sont les caractéristiques principales. En rapport à la qualité des images, l'album *Mission nature – À l'écoute des animaux Intermarché Belgique* (2011) dont « Chaque pochette est fournie par tranche de 20 euros d'achat ou suite à des achats de produits partenaires » (la couverture de l'album) met en lumière le travail effectué sur le support. Cet album qui contient des cartes sonores démontre que la diversité de textures des vignettes (brillante, en relief) a été agrandie.

Illustration 2



L'album *Le monde des animaux* (1986) France

Illustration 3



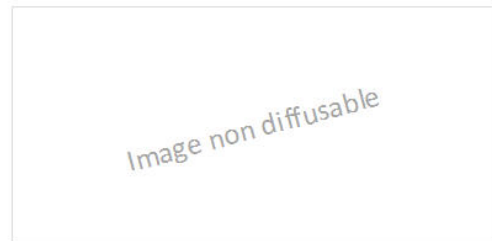
L'album *Abenteuer Regenwald* (Allemagne, 2010)

La sous-catégorie « Animaux préhistoriques » contient très peu de titres, par exemple *Les Animaux de la Préhistoire – Monde Fantastique de Rahan* (1973) ou *Danonino – Cartes – dino – Suisse* (2010). La prochaine sous-catégorie qui est celle des « Animaux aquatiques » est également peu représentée. Nous remarquerons l'existence d'albums en lien aux émissions télévisées du commandant Cousteau : *La Merveilleuse Aventure de la Calypso* du Chocolat Nestlé (1958), et *Pars à l'aventure avec l'équipe Cousteau* (1999), et la visée éducative que revêtent certains d'entre eux. Cette indication apparaît sur le dos de l'album ou des pochettes des vignettes. Un album peut être affilié à la collection des Incollables. Le papier des vignettes autocollantes peut servir de support à une question.

Illustration 4



Illustration 5



Pochette *Pars à l'aventure avec l'équipe Cousteau* (1999)

Les Questions du dos de l'image 142 de l'album

Avec plus de soixante-dix albums recensés, la sous-catégorie « Animaux sauvages » est la plus importante quantitativement. On y dénote la présence du WWF dans la participation ou l'organisation dans treize albums : animaux à sauver, animaux sauvages, stars et aventures tropicales. Les représentations du sauvage oscillent selon les albums entre l'agressivité, les records animaux (vitesse, poids, taille etc.). La starisation des animaux sauvages est mise en scène dans plusieurs albums. Une fois encore, le recours à des personnages de fiction se remarque. Ils ont la fonction d'accompagner les enfants (Tom et Jerry, Garfield, Shrek). Ce

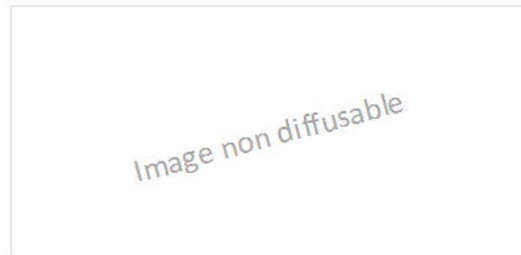
changement de statut, s'il indique une évolution de registre, ne signifie pas la disparition du sauvage comme symbole d'aventure, de mystère, de danger, de frisson et d'inconnu. Pour celles-ci, d'autres animaux et mises en scène seront sollicités : le panda sera remplacé par un ours menaçant. Les aigles, crocodiles et cobra loups feront leur apparition. En outre, l'absence d'albums consacrés à l'univers du cirque est à signaler. En se référant aux titres d'albums, la faible représentativité des zoos interpelle davantage. De rares albums sont répertoriés : *Le Zoo à la Maison / De Zoo in Huis* (1970) et l'album *Alle Tiere im Zoo* (Allemagne, Autriche) qui porte sur le parc Schönbrunn (2012). Enfin, nous signalons que le défunt Knut – l'ours blanc du zoo de Berlin mort en 2011 – possède son album panini *KNUT* (2007). Dans ce cas, l'album est à rattacher à la carrière médiatique de Knut brillamment analysée par le sociologue Emmanuel Gouabault.<sup>420</sup> Au gré des albums et des maisons d'édition rencontrés, les animaux sauvages seront imagés sous l'angle du pédagogique, du sensationnel, du record, de la protection ou de l'individu.

Illustration 6



L'album *Star collection*, Tom&Co (2010)

Illustration 7



L'album *Jungle Mania - Tom and Jerry*, Auchan (2009)

---

<sup>420</sup> Emmanuel Gouabault, *Les présences des animaux dans les médias : des processus d'« encitoyennement » ?*, Lyon, 2.2012.

Avec très peu d'albums recensés, la sous-catégorie *Animaux de la ferme* est quantitativement faible et principalement agro-industrielle : *Découverte des animaux de la ferme – La vache qui rit* (1979), *Élève ta vache virtuelle Kiri – 4 Stickers à collectionner* (2011) qui, notons-le, propose un jeu concours dans lequel une console Nintendo 3DS est à remporter. De manière générale, des animaux de ferme sont liés aux groupes de produits laitiers. Élever une vache virtuelle en consommant du fromage agro-industriel, voilà qui relève d'un travail de recherche en commun avec Jocelyn Porcher ! Des albums plus récents appartenant à d'autres maisons d'édition se concentrent sur l'amitié avec les animaux et leur aspect mignon, ce qui nous amène à penser que les frontières de représentation entre les animaux de ferme et les animaux de compagnie évoluent. La prudence est requise puisque la couverture de l'album et des pochettes qui ont l'objectif d'attirer le client, ne correspond pas toujours au contenu des images. Par exemple, l'album italien *La fattoria Best friends* (2012) se compose de photographies réalistes d'animaux (dindes, renards, chiens, cochons) qui ne correspondent pas à la mise en scène attendrissante de la couverture. Le dos de l'album signale la collaboration avec le CRAS (Centro Recupero Animali selvatici), ce qui montre bien que l'image autocollante est en collaboration avec des mouvements et associations de protection. En Allemagne, l'album d'images *Mein Bauernhof* [ma ferme] (2014) présente davantage la ferme comme une exploitation ludique et familiale.

Illustration 8



Pochette de l'album *La fattoria Best friends*, 2012

Illustration 9



L'album *Mein Bauernhof*, NWZ sticker, 2014

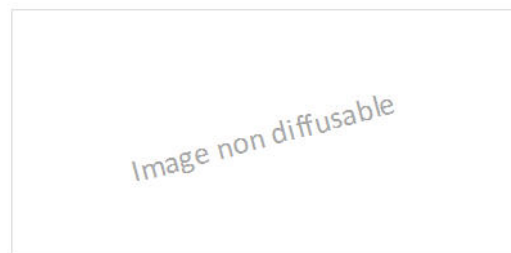
Nous concluons avec la catégorie des chevaux et poneys. Depuis le premier album répertorié qu'est *Connaissances des chevaux* de la marque Poulain (1975), l'augmentation du nombre d'albums (27 albums) montre que les chevaux, à l'image de leurs crinières, sont littéralement dans le vent, notamment depuis l'an 2000.

Illustration 10



L'album *Chevaux dans le Vent* (2006)

Illustration 11



une vignette *Merveilleux monde des chevaux* (2010)

Voici la description officielle de l'album *Chevaux, une aventure incroyable !* (2011).

Chevaux, poulains et poneys comme tu ne les as jamais vus. C'est sûr : le cheval fait partie des animaux les plus beaux et les plus intelligents au monde. À la fois dévoués à leur maître mais aussi joueurs et pleins de fougue, ce sont des êtres exceptionnels et **c'est pour cela que nous les aimons tant !** [les parties en gras sont retranscrites] Retrouve nos fidèles compagnons dans ce nouvel album Panini ! Des informations sur les plus belles races de chevaux et de poneys, **des images magnifiques en 3D** ou brillantes, des photos drôles... un tas de surprises t'attendent avec cette collection de **208 stickers**. **Nouveauté cette année** : Panini lance une jolie collection de **12 figurines** de chevaux et dédie à chacun d'entre eux une page de l'encart central de l'album. Apprends à connaître **Dinky, Tic Tac, Flamingo** et les 9 autres chevaux au travers de leurs **mini-aventures** pleines d'anecdotes et de photos sympas ! Les chevaux : des créatures magnifiques et de véritables amis pour la vie !

La description officielle de l'album nous dévoile un contenu hétérogène : informations sur les races, photographies, figurines, différents types d'image (3D, brillantes) et registres (amitié, aventure, insolite). Cela nous incite à formuler l'hypothèse qui est que l'hétérogénéité représentée par l'offre des albums sur le thème des chevaux – albums centrés sur les races, les disciplines, le fantastique – est potentiellement disponible à l'intérieur d'un seul et unique album. La transversalité de l'omniprésence des chevaux réels et imaginaires dans la littérature, la presse, le jouet, le dessin animé, le jeu vidéo (la célèbre série *Alexandra Ledermann*) et l'album Panini requiert une étude approfondie de l'iconographie narrative de la « féminisation / masculinisation » en cours des équidés. Les études en sciences sociales portant sur le genre et sur l'animal seraient à confronter.

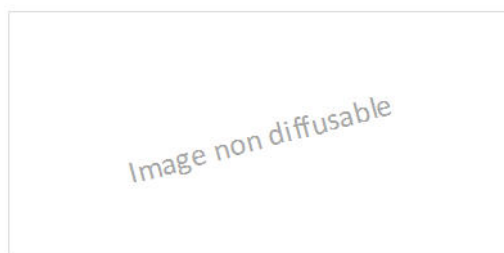


## II. La vignette autocollante de l'animal de compagnie

### 1. Des images de cinéma, de télévision et de loisirs

La catégorie des albums *Cinéma* répertorie peu d'acteurs canins. Il y a d'un côté les animaux fictifs créés ex-nihilo – le lapin anthropomorphe de *Qui veut la peau de Roger Rabbit* (1988), le gorille *Kong* (2005) – et de l'autre, celui des animaux acteurs : *Les 101 dalmatiens* (1994) et *Les 102 Dalmatiens* (2001), les cochons de *Babe* (1999) et la faune de *Félins* de Disney (2011). Nous rappelons que dans certains cas, le personnage animal unique qui nous apparaît à l'écran, est joué par plusieurs acteurs : la perte de poils, les maladies, la croissance et les blessures sont en effet à prendre en compte par l'équipe de tournage. C'est pourquoi derrière le personnage *Babe* apparaissant sur l'écran (et les vignettes Panini), ce sont bien cinquante porcelets qui ont été nécessaires au tournage. Et que dire des 101 ou 102 dalmatiens acteurs !

#### Illustration 12



Le dos de l'album Panini *101 dalmatiens*, 1996

Dans les catégories *Dessins animés, Animations 3D et autres animations*, car à chaque sortie en salle de cinéma ou à la diffusion d'une nouvelle série correspond un album, les animaux sont principalement des personnages de Disney et Pixar. Si la première sortie dans les salles obscures du dessin animé *Les 101 dalmatiens* date de 1961, les albums Panini sont plus récents. Ils « collent » à l'étalement dans le temps des réactualisations d'une histoire : l'album du dessin animé date de 1995, les albums des films des années 1996 et 1997. Cette actualisation n'est pas l'action isolée du groupe Panini. En effet, le dessin animé est à plusieurs reprises ressorti dans les salles de cinéma, les deux films datent du milieu des années 90, ce à quoi s'ajoutent les sorties à la vente en cassettes vidéo VHS et plus récemment en DVD et Blue ray. Le classique de Disney *Les 101 Dalmatiens*, lui-même tirée d'un roman, n'est donc pas figé dans le temps.

L'album Panini réalise une extension de l'œuvre : par le type de mise en page, le texte ajouté (la narration reprend le découpage effectué par l'album), la fixation des images, l'écosystème médiatique. Il la découpe en vignettes autocollantes, c'est-à-dire en photographies ou images fixes. L'album séquence le film. Il le reconfigure. Il le ralentit en le fixant image par image. Techniquement, l'album Panini propose un concept ambitieux, créatif, séduisant et très ingénieux. Il propose à l'enfant de recréer un film en y remplaçant les images (séquences) manquantes qu'il devra se procurer afin d'en reconstituer l'intégralité : « follow all the action of the full-length feature with your own collectible sticker and story album » et « beautiful full-color stickers help you recreate the story ».

Après le cinéma, nous en arrivons à la catégorie d'albums de télévision. La sous-catégorie intitulée *Séries et émissions télévisuelles* ne recense pas de personnages chiens si ce n'est un album italien des aventures de *Lassie* (1977) et un album allemand sur *Le commissaire Rex* (1996) édité chez Merlin, un concurrent de Panini. La sous-catégorie *Séries animées en 3D* dans laquelle on découvre *Les pingouins de Madagascar* (2012)<sup>421</sup> ne répertorie aucun chien. Le passage à la sous-catégorie *Dessins animés TV et BD* inverse la tendance. Les personnages chats et chiens sont déclinés en albums Panini : *Snoopy, Scooby-doo, Pif et Hercule, Doreamon*, etc. La quantité d'albums varie d'un personnage à l'autre et le bestiaire, il est aisé de l'imaginer, est conséquent.<sup>422</sup>

---

<sup>421</sup> Ils appartiennent à cette large catégorie de personnages seconds plébiscités pour qui une série est produite.

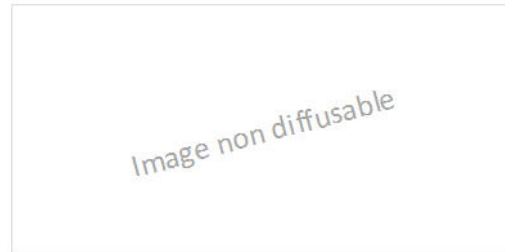
<sup>422</sup> Les animaux des dessins animés sont nombreux à être portés en album : panthères (*La panthère rose*, 1980),

Illustration 14



Pochette de *Scooby-doo !* (France), 2008

Illustration 15



Pochette de *Snoopy* (Espagne), 1995

Au sein de cette catégorie, les albums du *Winx Club* ont retenu notre attention. Le *Winx club* reprend le modèle du groupe d'adolescentes ou jeunes adultes soudé qui partage des aventures :<sup>423</sup> *Monster High*, *Bratz*, *Totally spy*, *les princesses Disney*, *Lego Friends*, *Top Model*, *Horseland*, *Grand galop* sans oublier *My Little Pony* [Mon petit Poney] ! L'exemple le plus révélateur est l'évolution scénaristique des dernières séries d'animation de la poupée Barbie : ses sœurs et ses amies sont de plus en plus intégrées à l'histoire. Mais revenons-en au *Winx Club*. Il est un des programmes préférés des petites filles de cette première décennie de XXI<sup>e</sup> siècle. « Atteignant des pics d'audience de 720.000 téléspectateurs, la série a été suivie, en moyenne, par plus de 500.000 enfants chaque matin. La cible est jeune : 25 % de part de marché sur les 4-10 ans et 29 % sur les 11-14 »<sup>424</sup>. Le succès est incontestable : série italienne de télévision datant de 2004 diffusée depuis sur les chaînes de nombreux pays du monde, les fées du *Winx Club* se sont transformées en poupées (jouets), jeux en ligne, jeux vidéo, romans, chansons, bandes dessinées, DVD, pièces de théâtre, spectacles sur glace, blogs, montages, vidéos postées sur Internet, etc. En bref, ce sont celles qui ont gagné le cœur et les

---

phoques (*Bibifoc*, 1987), canards (*La bande à Picsou*, 1988), castors (*Le père castor raconte*, 1995), hérissons (*Sonic X*, 1996), hippopotames (*Happy Hippo Dream Team*, 1999), requins (*Streets Sharks*, 1997), écureuils (*Tic et Tac, les rangers du risque*, 1986), diables de Tasmanie, rats, souris, hamsters, tortues, chimpanzés, ours, éponges, escargots, poneys, etc.

<sup>423</sup> Le scénario de la première saison est le suivant : « Bloom, une fille ordinaire de la planète Terre, vit une vie normale dans la ville de Gardenia jusqu'au jour où elle rencontre Stella, princesse de la planète Solaria en danger. En allant la secourir, Bloom découvre qu'elle possède des pouvoirs magiques. Stella la persuade de rejoindre Alféa, la plus grande école de fées de tout le royaume. Là-bas, Bloom crée le WinxClub composé de ses quatre amies et camarades de chambre », extrait du site web officiel du Winxclub (consulté le 21.11.2012)

<sup>424</sup> L'article « *L'invasion des poupées Winx* », 16/03/2010, Francesoir.fr (consulté le 21.11.2012).

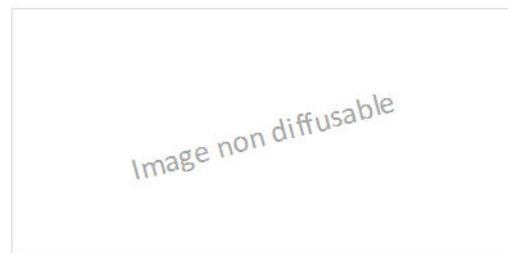
chambres des petites filles<sup>425</sup> : « Toutes sorties d'un monde fantaisiste, elles sont les amazones des temps modernes ». <sup>426</sup> Les *pets* des fées ont fait leur entrée à la quatrième saison : « Le Winx Club se rend sur Terre pour localiser et protéger la dernière fée. Avec l'aide de Vanessa, elles ouvrent une animalerie appelée Love & Pet qui sera comme leur deuxième maison... » <sup>427</sup>. Les fées ouvrent donc une animalerie qui leur permettra de s'occuper d'animaux de très petite taille à l'esthétique kawaii. Il y a le caniche Ginger, un petit chaton magique Coco, un petit agneau Blanc Belle, un petit ourson magique Pépé, un petit lapin magique Milly, un poussin-caneton magique Chico, Pepe le pingouin, Milly le lion et d'autres qui ne sont pas encore identifiés. Précisons encore que d'autres animaux existent au sein du *Winxclub* : Kiko qui est le lapin de l'héroïne Bloom, Artu le chien ou Ronron le chat (il est uniquement présent dans un des films de la série).

Illustration 15

Illustration 16



L'album *Winx Club Love and Pets* (2009)



Vignette de l'album *Winx Club Love and Pets* (2009)

<sup>425</sup> Pour plus d'informations, consulter le site du club (en ligne) <http://winxclubfrance.kazeo.com>.

<sup>426</sup> *L'invasion des poupées Winx*, 16/03/2010, sur [francesoir.fr](http://francesoir.fr) (consulté le 21.11.2012).

<sup>427</sup> Scénario de la saison 4, extrait du site officiel [www.winxclub.com](http://www.winxclub.com) (consulté le 21.11.2012).

La caractéristique principale de ces *Pets* est leur indissociabilité : ils forment une sorte de prolongement corporel des fées. La personnalité, la couleur, la coiffure des animaux est en totale adéquation avec leurs propriétaires. Une remarque trouvée sur un blog de fans en fait état : « Ce petit caniche c'est Ginger. Regarde bien comme Ginger est coquette avec son nœud vert, tu devines sans doute à qui il appartient... à Stella bien sûr ! D'ailleurs Stella adore la shampooiner et la rendre jolie. Ginger, pet de Stella ». <sup>428</sup>

Comme la couverture de l'album le montre, ces animaux sont à l'origine des peluches. C'est la magie des *Winx* qui les animera et les transformera en animaux magiques. Il y a donc un passage de l'inanimé à l'animé, ce qui est probablement une simple mise en scène d'une situation de jeu d'un enfant avec une peluche. Une fois animés, les mini-animaux tiendront un rôle central dans la série, ce qui ne sera pas sans effets négatifs sur eux puisqu'ils serviront de cible des méchants qui en feront un trafic. Cette importance des *Pets* a abouti à la production des Poppixies, tirés du Winxclub. Il s'agit d'animaux qui seront à leur tour déclinés en une série animée, en blogs (coloriages, jeux), surprises d'œufs Kinder, cadeaux de la chaîne de restauration rapide Quick. <sup>429</sup>

Peluches animées magiques et personnalisées, les *Pets* demeurent des animaux de races et d'espèces définies. L'animalisation des fées du Winxclub – ce sont les oreilles de chat de l'illustration – est à rapprocher de l'autre groupe de personnages fictifs de cette catégorie : les super héros. Face à l'homme araignée *Spider-man* et l'homme chauve-souris *Batman*, les héroïnes féeriques à l'esthétique Manga ne seraient-elle pas une combinaison entre l'imaginaire de la féerie et de la *fantasy* (pouvoirs magiques), les superpouvoirs, la culture adolescente féminine (un groupe d'amies, école) et les rôles sociaux dévolus aux femmes ? Devons-nous appréhender les fées du Winxclub comme un exemple hybride moderne des métamorphoses de l'imagination humaine dont parle Frédéric Boyer ?

Je voudrais rappeler cet entêtement avec lequel les auteurs ont parlé des bêtes, leur ont surtout prêté notre langage, nos émotions, notre parure d'humanité. Et inversement comment ils ont insisté sur les métamorphoses possibles. Souvenez-vous. Les hommes-loups, l'homme-cheval, l'homme-dauphin, la femme-araignée, les filles-panthères, les femmes-éléphants, les hommes-rats ou chauve-souris...depuis Homère, depuis Ésope et Ovide, jusqu'aux personnages de comics et des mangas aujourd'hui. L'animal

---

<sup>428</sup> Extrait du blog très documenté [www.winxclub-magix.com](http://www.winxclub-magix.com) (consulté le 21.11.2012).

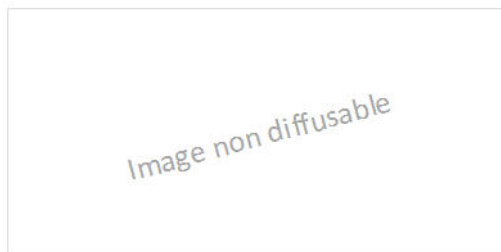
<sup>429</sup> Les mini-fées ont une série animée propre.

a été depuis les origines un formidable producteur des métaphores humaines.<sup>430</sup>

Le succès du Club *Winxclub* auprès des jeunes filles nous paraît justifié. Il rassemble et recompose plusieurs évolutions culturelles narratives et esthétiques importantes : l'esthétique Kawaii, la magie et la féerie, l'action et l'animal de compagnie sous sa forme *Pet*.

Nous terminerons avec les albums liés au divertissement et loisir. Du côté des jeux vidéo, très peu d'albums sont répertoriés. Ils ont principalement les grandes mascottes pour thématiques : le hérisson *Sonic* de SEGA, *les lapins crétiens* d'Ubisoft, *Mario* et *Pokemon* de Nintendo. ). Il existe des cartes à jouer Panini : c'est la fameuse série *Sega Super Play* (1994) qui délivre des astuces sur les jeux vidéo, une fonction normalement dévolue à la presse du jeu vidéo. Nintendo s'est donc associée à Panini afin de se positionner et d'asseoir sa présence en Europe. Nous citerons l'album *Les Invizimals* qui propose une combinaison entre jeu vidéo et album Panini. Le dos des albums explique qu'il suffit de viser les stickers avec la console de jeux PSP (la console portable de Sony) et de voir les *Invizimals* des cartes en réalité augmentée. Assez proche des *Pokemon* dans leur dimension de chasse et de collection, *Les Invizimals* ont transformé l'album Panini en un terrain de chasse : « Prépare-toi à retourner dans le monde extraordinaire des *Invizimals*, les créatures cachées que seul l'appareil photo de ta PSP peut voir. Rejoins Jasmin, le professeur Dawson et tes amis chasseurs au cours d'un voyage aux quatre coins du monde pour capturer de nouveaux *Invizimals* et découvrir leurs fabuleux pouvoirs ». (Couverture de l'album *Invizimals*, 2012)

#### Illustration 17



Une pochette de *Nintendo – Les Jeux – Panini* (1994)

---

<sup>430</sup> Frédéric Boyer, « Un animal dans la tête », dans Jean Birnbaum (éd.), *Qui sont les animaux?*, Paris, 2010, p. 11–25, ici p. 12.

Quant à la sous-catégorie qui regroupe *Jouets/Poupées/Figurines*, la présence d'animaux est importante. On y retrouve les séries populaires les *Bisounours* (ours, lions, chiens), *Diddle* (souris), *Mon petit Poney* (poneys), les *zhu zhu Pets* (Hamster) ainsi que les animaux intégrés aux univers des poupées Barbie et Bratz.<sup>431</sup>

Illustration 18



Vignette de *Bratz Glamz* (2006)

Illustration 19



Vignette de *Barbie et le Palais de Diamant* (2008)

## 2. Des vignettes d'animaux de compagnie

Une des premières surprises est que cinq albums de la catégorie « bébés animaux » datent des années soixante-dix, par exemple *Bébés animaux sauvages* (1972) ou *La vie des bébés animaux* (1976). En développement, le nombre d'albums a connu une croissance. Les plus récents sont *Teneri Cuccioli* (2009), *Cubolotti Alla Scoperta Degli Animali* (2009), *Bébés-animaux câlins – Schattige Dierenbaby's* (2010), *Sempre più Teneri Cuccioli* (2010) et *Cute Little Animals* (2011). Avec un total d'un peu plus de dix albums répertoriés, la présence des

---

<sup>431</sup> Catherine Monnot, « Les filles et la chanson pop. Entre industries et identités », dans Gilles Brougère (éd.), *La ronde des jeux et des jouets. Harry, Pikachu, Superman et les autres*, Paris, 2008, p. 92–106.

chats est faible et le comble est qu'ils se voient associés à leurs rivaux canins ! Seuls quelques albums leur sont destinés, à savoir *Connaissance des Chats-Série N°33* (1975) du Chocolat Poulain, *Miau/Miaou* (2010), l'album allemand/français *Championnat du monde Whiskas – Les Chats du Monde Entier* (2010) et *Die süßesten Katzen der Welt – Österreich* [ les chats les plus mignons du monde] (2013). L'album *La connaissance des chats* du Chocolat Poulain par Jean Pierre Hutin (1975) n'a pas ouvert l'espace Panini aux chats mais la parution d'albums de vignettes du géant de l'industrie *Whiskas* garantit leur présence.

Illustration 20



L'album *Bébés animaux câlins*, 2010

Même si le nombre d'albums recensés (26 albums) est à prendre en compte – environ 70% du total est paru après 2004 –, notre approche a privilégié le qualitatif. La série à succès *The Dog Artist collection* a retenu notre attention: One way of life: Everybody needs someone to share the joy of his or her life. If it happens to be dogs, they will make your life fulfilled. If you are happy, then dogs are happy. If dogs are happy, then you are happy. This is the whole concept of *THE DOG CLUB*<sup>432</sup>.

C'est au Japon en 2000 que l'histoire de *The Dog artist collection* dont le succès fut immédiat et fulgurant a commencé. La particularité des images tient dans l'utilisation d'une

---

<sup>432</sup> Le site officiel est <https://www.thedogandfriends.com>.



lentille photographique ajoutée au fond blanc. Cela fait visuellement ressortir le chien de l'image : le portrait de chien zoomé sur fond blanc venait de naître. Le contraste est si fort que les proportionnalités, de par le grossissement de la tête, ramènent partiellement le corps des animaux photographiés à celui d'animaux figurines de type *Littlest PetShop* : alors que certains chiens sont atteints de prognathisme, ici, c'est la totalité de la tête qui s'extrait du corps. Le succès de ces photographies canines d'un nouveau genre (70 races et 100 000 photographies) amènera l'existence d'une licence chat *The Cat Club* (30 races et 50 000 images) et *The Pig Club* qui classera les animaux par thèmes (mignon, amour, chance/joie...) et non plus par races. Elles se sont exportées dans le monde et ont été déclinées en calendriers, cartes à jouer, cartes de loterie, posters, livres éducatifs, sacs à main, pochettes, gâteaux pour chiens, magazines, peluches, jeux vidéo et applications Iphone.

Illustrations 21-23



Manchester terrier

Bulldog

Le jeu vidéo *The dog island*, Playstation 2

Après cette introduction de la présence du chien au sein des vignettes Panini, quelles hypothèses sommes-nous en droit de faire ? Pour des raisons qui sont à rapprocher de la complexité de la mise en jeu d'animaux vivants dans l'art du spectacle<sup>433</sup> – par exemple celui du théâtre en Europe<sup>434</sup> – les chiens acteurs de télévision et de cinéma présents dans les

<sup>433</sup> Martin Monestier, *Les animaux célèbres*, Paris, 2008.

<sup>434</sup> Elina Jolivet, *La place de l'animal au théâtre*, Thèse, 2012.

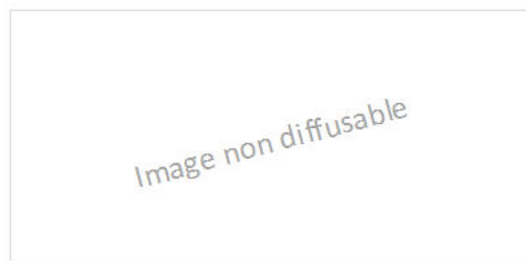
albums Panini se retrouvent quantitativement déclassés par l'ensemble canin des dessins animés, films d'animation ou de cartoon. En plus de cela, nous avons remarqué un fort déséquilibre au sein des chiens fictifs. Alors que le plus sympathique des détectives Scooby-doo possède plusieurs albums thématiques, des personnages classiques de la bande dessinée franco-belge comme Idéfix, Rantanplan ou Milou sont inexistantes. De même, malgré la régularité des productions télévisuelles et cinématographiques, les figures canines de Rintintin et du chien fidèle Lassie n'apparaissent pas. La conclusion est que l'album Panini opère une sélection et ne rend pas compte de la totalité canine fictionnelle.

Illustration 24

Illustration 25



*Alle Hunde der Welt*, Autriche (2011)



*Die süßesten Katzen der Welt*, Autriche (2013)

L'existence d'albums portant spécifiquement sur les chiens a été vérifiée. La précipitation nous pousserait à l'erreur : le déclin de l'intérêt pour les races canines face à l'essor de l'humour, du mignon et de l'attendrissement n'est pas un processus général. On pourrait également regretter une diminution de la portée informative de ces albums, dépourvus de

pédagogie et de savoir scientifique. Il est vrai qu'à la vue des couvertures des albums et à la lecture des titres, le registre des albums semble avoir emprunté un virage au cours de la dernière moitié du XXe siècle : de l'album *Connaissances des chats* (1975), *Connaissances des chiens* (1975) du Chocolat Poulain et *Animaux familiers* (1989) chez Panini aux albums *Les Ti'chiens* (2004) chez Panini, albums sur les bébés animaux et tous ceux qui utilisent le mot *Pet*, l'évolution de registre apparaît incontestable. En réalité, on constate que l'intérêt pour les races perdure : en Autriche avec *Alle Hunde der Welt* [Tous les chiens du monde] (2011)<sup>435</sup>, en Italie avec *i Cani – Album di figurine* (2003) chez Edigamma ou encore au Brésil. Ce type d'albums sur les races canines et félines agence les registres entre eux. L'album autrichien *die süßesten Katzen der Welt* [les chats les plus mignons du monde] paru chez Österreich en 2013 couple le registre du mignon avec celui de l'informatif : « collectionnez les races félines les plus mignonnes du monde. Avec plein d'informations sur les chats ». La parution de ces albums autrichiens signifie qu'en plus d'une approche économique de l'exportation d'images, des analyses d'ordre sociologique et ethnographique sont nécessaires à la compréhension des différentes zones culturelles. La circulation des modèles doit être questionnée. Enfin, la couverture des albums nous montre que les chiens et les chats ne se voient pas traités sous un angle historique et social. L'absence d'albums thématiques sur les chiens de guerre, de surveillance, de combat, de chasse ou de police ne signifie pas pour autant que l'histoire des chiens dans les sociétés en est entièrement absente. Le sommaire de l'album Panini de ma propre enfance *Animaux familiers* par Alain Bougrain-Dubourg (1989) le confirme. Ce guide éducatif contient des informations sur la biologie, les races et le comportement des chiens ainsi que des pages sur les chiens d'utilité, les origines et les mauvais traitements.

---

<sup>435</sup> La traduction du texte de l'album est : « Le plaisir de la collection pour les petits et les grands : faites connaissance avec toutes les races canines. Collectionnez toutes les races canines du monde sous forme de stickers ».

### III. Conclusion : l'album est complet !

Établir l'histoire des vignettes du leader mondial qu'est le groupe Panini serait une contribution importante à l'histoire iconique des animaux. En 1890, c'est Auguste Poulain, le fondateur de la chocolaterie Poulain, qui eut le premier l'idée d'une image dans les tablettes de chocolat. En 1900, selon les chiffres du groupe, 127 millions d'images sont éditées et distribuées. La chocolaterie possédera même une imprimerie intégrée à la production du chocolat<sup>436</sup>. La saga des images remonte à loin et il est assez vraisemblable que le chien y tienne une place non négligeable. Le groupe Panini est une multinationale, c'est-à-dire un acteur de la mondialisation d'une culture visuelle de l'animal. La spécificité de l'album d'images est à situer à cette échelle. La circulation des images et leurs spécificités régionales nous permettraient de cartographier les tendances et traditions. Car le groupe Panini n'est pas l'unique fabricant ou éditeur, l'image (à contenu animal) de la jeunesse dépasse son cadre. L'existence d'autres maisons d'édition (Merlin), la présence de marques (*Kiri*, *La vache qui rit*, *Milky Way*) et la présence de puissants groupes commerciaux (Carrefour, Auchan, Rewe) participent à l'essor du marché de la vignette. Elle est intégrée à la pratique de consommation. Les images sont enrôlées dans ces logiques d'identification, de concurrence et de partenariat, un aspect essentiel qui dévoile la multiplication des animaux et le dédale dans lequel les enfants évoluent. Les groupes commerciaux de l'agro-industriel ne sont pas les seuls à trouver dans l'album d'images un espace utile. Nous l'avons également signalé, les albums se rattachent à des fondations, principalement le WWF. Voici un extrait de l'introduction de l'album Panini *WWF Animaux à sauver* (1987) :

En réalisant cet album, le WWF France et les éditions Panini vous permettent non seulement de vous amuser, de faire une belle collection – c'est mieux que de tuer des papillons ou de ramener des œufs d'oiseaux ! – mais aussi de mieux connaître ce monde fascinant des animaux. Et en plus – vous pouvez le dire à vos parents –, cet album contribuera financièrement à l'action du WWF France Fonds mondial pour la nature. De mon côté, je vais repartir en expédition, toujours « caméra au poing », et au retour je vous en parlerai à la télé. Pendant ce temps, vous aurez déjà plein d'images. Et, enfin et surtout, vous serez informés, vous aurez ainsi appris plus de choses sur ce que vous aimez et que, j'en suis sûr, vous respecterez ! Vos amis les animaux sauvages, et aussi les fleurs et les arbres, d'avance vous remercient.  
Christian Zuber, cinéaste animalier, Administrateur du WWF France.<sup>437</sup>

<sup>436</sup> Sur le site web officiel <http://www.chocolatpoulain.fr/#/la-saga> (consulté le 27 avril 2015).

<sup>437</sup> Tiré de l'album *WWF animaux à sauver*, (envers de la couverture. Album personnel) Panini, 1987.

Illustration 26



L'album Panini *WWF Animaux à sauver* (1987)

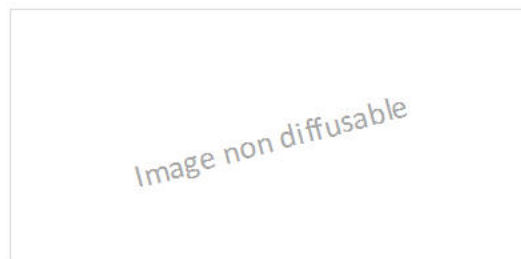
Les acteurs de la protection animale dont parle Christophe Traïni ont donc également utilisé l'album destiné aux enfants<sup>438</sup>. L'image est perçue comme une collection, un amusement mais surtout comme moyen de remplacement. L'image est moins néfaste sur la nature et les animaux. Cette légitimation de l'image, compréhensible au demeurant dans le sens du bienfait direct et absolu pour les animaux, n'en demeure pas moins problématique : ces images jugées informatives, ludiques et respectueuses s'intercalent entre les enfants et les animaux. Les animaux sauvages qualifiés d'amis – nous notons que l'amitié est rattachée à la sauvegarde des animaux en danger – seront par conséquent redevables de notre action. Les documentaires animaliers créent une fascination pour le monde sauvage auprès des enfants par la diffusion de reportages (l'animal vivant est le centre des enregistrements audiovisuels) et « freinent » les découvertes de ces mêmes enfants en leur inculquant le retrait vis-à-vis de ces animaux vivants. C'est une manière pour le cinéaste et administrateur de légitimer son travail toujours

---

<sup>438</sup> Christophe Traïni, *La cause animale. Essai de sociologie historique. 1820-1980*, Paris, 2011.

« Caméra au poing ». Ne serions-nous pas de fait dans une démarche de distanciation cumulée, à la fois matérielle et narrative ? Premièrement, par le biais du dispositif lui-même : l'album Panini peut être perçu comme une privation de l'autonomie des enfants pour lesquels il n'est plus question de chercher, découper et de constituer leurs propres albums (images, textes, format, organisation) mais de se plier aux normes de l'album, de collectionner et de coller des images. Deuxièmement, à travers l'intégration de ce dispositif dans un ensemble supérieur, la télévision. En résumé, il est demandé aux enfants de regarder ces images d'animaux du monde entier mais de ne pas toucher les animaux de leur environnement sous peine de leur nuire. À ce titre, le recours aux célébrités animales du cinéma d'animation dans la protection de la nature est tout à fait troublant, tout en étant logique. Elle nous montre la centralité de ces univers dans le mental des enfants et que la nature à sauver ou défendre relève de la fiction. La chirurgie numérique opérée sur les lions par le cinéma (le film *Le Roi des Lions* de la BBC) ne fait qu'appliquer nos représentations. Pour se confronter aux animaux vivants, c'est du côté de la presse qu'il faut se rendre.

Illustration 26



Shrek – Difendi la natura, Eurospar (2012)



## **Chapitre VI**

### **Le magazine de presse**



Dans un contexte de morosité de diffusion et de santé économique de la presse française, un secteur de celle-ci se porte bien, crée des titres, gagne de nouveaux lecteurs – même très jeunes – et conquiert des positions à l’international. Il s’agit de la presse magazine. Les performances, le dynamisme, les structures, les méthodes de travail, le rapport au public de cette forme de presse sont si différents de ceux des quotidiens, qu’il est tentant de l’analyser comme un media spécifique.<sup>439</sup>

Chaque Français lorsqu’il se remémore ses premières émotions de lecteur ne peut s’empêcher d’évoquer quelques héros, quelques aventures, les planches de bandes dessinées, de quelques-uns des titres de la presse jeune qui ont accompagné son enfance et bien souvent son adolescence. Devenu adulte et parent, il n’a pu que constater, que transformée, cette presse est toujours là, avec des titres nouveaux. Démultipliés aussi, au point de susciter quelque perplexité, au moment du choix, face à des rayonnages qui peuvent proposer plus d’une centaine de publications différentes.<sup>440</sup>

---

<sup>439</sup> Jean-Marie Charon, « Lire et grandir en s’amusant, ou la grande aventure de la presse des jeunes », dans *Éla, Études de linguistique appliquée*, n° 130, 2003, p. 223–236, ici p. 223.

<sup>440</sup> *id.*, « La presse magazine, un média à part entière ? », dans *Réseaux*, n° 105, 2001, p. 53–75, ici p. 56.

## Introduction : Les origines animales de la lecture

Loin de se limiter à la production des fameuses vignettes autocollantes de football, l'album Panini publie également des magazines. La consultation du site web officiel de ce groupe leader rend compte du véritable panel de l'offre : vignettes, cartes, magazines, bandes dessinées, comics et manga.<sup>441</sup> Le papier (et le plastique) ne constituent plus l'unique support physique de lecture Panini. Le secteur des applications sur mobile est en croissance. Panini se modernise en s'adaptant aux nouvelles technologies et pratiques de lecture. L'offre papier demeure pléthorique et une simple visite en kiosque permet d'observer ces rayons surchargés de magazines et journaux. Pêle-mêle, nous tombons nez à nez sur les magazines d'éveil et généralistes tels que *Bambi* (1989), *Picoti* (1989), *Popi* (1986), *Pomme d'api* (1966), *Babar* (1991), *Winnie* (1985), *Les p'tites filles à la vanille* (2006), *Manon* (2003), *Julie* (1998), *Bonbek* (2010), *Okapi* (1971)<sup>442</sup> et les magazines sur le thème de la nature : *Wakou* (1989), *Wapiti* (1989), *La hulotte* (1972), *National Geographie kids* (2010),<sup>443</sup> etc. Sans prétendre à l'exhaustivité, le titre des magazines ne laisse aucune ambiguïté quant au rattachement explicite du media magazine à la bande dessinée, aux jouets et au documentaire animalier. Le magazine s'insère dans les cultures des enfants et adolescents. L'offre magazine de Panini destinée aux *KIDS* confirme cet état de fait. La longévité de personnages tels que le lapin *Bugs Bunny*, le chien détective *Scooby-doo*, *Tom et Jerry* ou *Bip-Bip et le coyote* peut surprendre. Créés il y a plusieurs décennies, les magazines, bandes dessinées, rediffusions télévisées et jeux vidéo concourent à maintenir ces créatures fictives « en vie ». En France, en plus du magazine, on comptabilise au total quarante jeux vidéo *Scooby-doo* sur consoles de jeu et ordinateurs. Le premier jeu vidéo *Scooby-doo* sur Amstrad CPC date de 1986, le dernier en date, *Scooby-Doo ! Panique dans la Marmite* sur console Nintendo Wii, de 2010.<sup>444</sup> Ainsi, *Scooby-doo* n'est pas un personnage chien « obsolète » ou inconnu des joueurs du XXI<sup>e</sup> siècle. Sans appartenir aux générations de la grande époque du chien pusillanime détective,

---

<sup>441</sup> Se reporter au site web officiel Panini (<http://www.paninicomics.fr/web/guest/kids/parutions>).

<sup>442</sup> La BNF met en ligne des listes de périodiques (fichiers PDF) téléchargeables. Ils recensent des périodiques disponibles pour les enfants et les jeunes, de 6 mois à 14 ans. La date de création du magazine est indiquée. À l'intérieur des chapitres, les revues sont présentées par âges (à l'exception des revues documentaires, présentées par thèmes), puis par ordre alphabétique.

<sup>443</sup> Les dates de création des magazines sont précisées entre parenthèses.

<sup>444</sup> Ce chiffre, établi le 26 octobre 2014 est celui du site web [www.jeuxvidéo.com](http://www.jeuxvidéo.com). La totalité de 40 jeux *Scooby-doo* n'est pas à comprendre comme la somme de quarante entités différentes. Certains jeux vidéo se retrouvent portés simultanément sur plusieurs consoles de jeux et ordinateurs. Par exemple, le jeu *Scooby-doo Démasqué* est porté sur Playstation 2, XBOX, NGC et GBA (Game Boy Advance).

les joueurs en connaissent les films et jeux vidéo récents. Il va de soi que le nombre de magazines liés à une licence diffère. Les titres consacrés aux licences majeures, qu'elles soient anciennes (Barbie) ou passagères (*Winx club*, *Le Littlest Pet shop*), sont plus nombreux. Au sein de ces histoires de papier, seule la présence des animaux nous importera. Le lecteur, s'il se remémore avec émotion les aventures des héros et héroïnes, les bandes dessinées et ses rubriques préférées de son enfance, a probablement plus de difficultés à se remémorer ces non-héros que sont les animaux anonymes.

Dans cette multitude, un point d'entrée fut retenu : l'omniprésence dans les magazines des chiens, chats et chevaux dans les rayons destinés aux filles. Il ne s'agit pas pour nous d'écrire l'histoire de l'évolution du chien dans la presse. Il s'agit d'explorer les magazines du XXI<sup>e</sup> siècle dont la thématique est exclusivement animale. Le groupe Panini nous en montre la voie avec la parution de magazines. Comme l'indique le site web officiel du nouveau magazine *A comme Animal* : « C'est l'invasion des animaux du monde entier chez Panini ». <sup>445</sup> Le groupe Panini serait-il en train de se spécialiser dans ce thème classique de l'animal ? La parution du nouveau bimestriel *Animaux, le magazine rigolo* en vente dans les kiosques à partir d'avril 2013 le confirmerait. Néanmoins, malgré l'intérêt suscité par ces nouvelles parutions, la trop grande diversité d'animaux renvoie à une étude autre que la nôtre qui a pour objet les animaux de compagnie. Nous commencerons par introduire l'histoire du magazine avant de nous consacrer au contenu de notre corpus.

---

<sup>445</sup> Ce slogan est extrait du site Panini <http://aca.paninianimalworld.com> (10.04.2013).

## I. Historique du magazine de la presse jeunesse

Il faut donc se résoudre à proposer une définition pragmatique : sera considérée ici comme presse magazine toute publication périodique, s'adressant au grand public, respectant un ratio entre contenu éditorial et publicité, donnant la primeur à l'éditorial, illustrée et imprimée sur un papier de qualité, vendue en kiosque ou par abonnement.<sup>446</sup>

Ces publications périodiques aux limites floues rassemblent des titres hétérogènes répartis par catégorie d'intérêt. Selon l'historien Gilles Feyel, le magazine qui est apparu dans les années 1930 marque un épanouissement progressif de la presse. Il se positionnerait dans la continuité des publications antérieures sans en changer profondément les codes. Ce point de vue diffère des positions du sociologue Jean-Marie Charon qui le pense davantage en tant que rupture.<sup>447</sup> Il en a défini les caractéristiques innovantes.

La première est le primat donné au visuel et à l'image. Le magazine est constitué de dessins, d'illustrations et de photographies. Le visuel n'est plus en marge. Il est au centre du magazine et restructure la combinaison entre récit et image. L'image n'est pas à comprendre comme un élément à la valeur informative. L'image joue sur l'émotion et le plaisir. Elle devient une histoire et n'est plus un simple supplément, un simple agrément : « L'évolution du magazine est largement l'histoire de l'approfondissement et de l'enrichissement de la maîtrise d'un récit visuel et de sa combinaison avec le récit écrit ».<sup>448</sup> C'est ce qui justifie le primat donné à la couverture du magazine, ce que le *Comic Book* avait introduit aux États-Unis dans les années 1930 pour la bande dessinée. Le registre et le ton du magazine se doivent d'être directement reconnaissables. Les couvertures des magazines facilitent la sélection parce qu'ils capturent l'œil. La presse de jeunesse s'inscrit très clairement dans cette logique de distinction. La couleur est le premier filtre avec l'opposition entre la couverture pleine de douceur destinée aux filles (rose bonbon et fuchsia) et la couverture dynamique et dominante destinée aux non-filles (bleu foncé et marine, noir). Contrairement aux rats, requins, araignées et insectes associés à l'aventure, au danger, à la saleté et à la puanteur que l'on trouve fréquemment dans

---

<sup>446</sup> *id.*, 2001, p. 56.

<sup>447</sup> Gilles Feyel, « Naissance, constitution progressive et épanouissement d'un genre de presse aux limites floues : le magazine », dans *Réseaux*, n° 105, 2001, p. 19–51.

<sup>448</sup> Charon, 2001, p. 58.

les magazines pour les « non-filles » (les garçons), les chiens, chats, poneys et chevaux des magazines pour filles et les adolescentes ne catégorisent pas les animaux comme des êtres dangereux à repousser. La couverture de magazine, dans son visuel (photographie) et son registre (peur, amour), définit la cible visée. Cette dualité se trouve renforcée par la nette séparation entre les magazines sur les présentoirs. Le magazine de presse opère une forte segmentation du public. Le magazine ne vise pas le public dans son ensemble. Les centres d'intérêts des enfants et leurs identités socio-culturelles sont des éléments intégrés à la constitution des différents magazines. Une autre caractéristique est la périodicité du magazine. Elle sépare le format magazine des publications quotidiennes. Le magazine a besoin de ressources nécessaires à la préparation des prochains numéros. C'est pourquoi le lecteur est sollicité par des questionnaires, des textes à rédiger ou des dessins à renvoyer. Une contribution du lecteur est demandée. Dans la presse de jeunesse, les dessins, les lettres, les photomontages ou les blagues envoyés au magazine sont publiés. Le sociologue perçoit dans le magazine un media qui correspond pleinement à son époque : celle de la centralité de l'image, de la relation dite individualisée (au lecteur) et du zapping. Enfin, le magazine se distancierait des autres publications de presse de par l'originalité de la structure de travail – une forme d'entreprise décentralisée, une entreprise de réseaux, une forte sous-traitance etc. – et de par sa tendance à l'internationalisation.

Maintenant, venons-en plus particulièrement à la presse jeunesse.<sup>449</sup> Elle est le résultat d'une histoire qui remonte à plus de deux siècles pour la France. En effet, la presse destinée aux jeunes est l'une des premières spécialisations. La Révolution française a eu un effet accélérateur sur la création de titres et le premier périodique à s'adresser aux filles paraît dès 1790 sous le titre *Les annales de l'éducation du sexe* ou *Journal des demoiselles*. L'éducation et la diffusion des connaissances en constituaient les ressorts. Le magazine, à l'instar des autres grands médias, s'est vu rapidement investi par des mouvements laïcs, religieux et politiques. Ensuite, à l'image de la littérature et la bande dessinée, la fiction a fortement primé sur les contenus. Elle permettra d'ailleurs à de futurs grands auteurs classiques tels que Jules Verne ou la Comtesse de Ségur d'y faire leurs premières expériences de professionnel en écrivant exclusivement pour ce type de presse. Un autre point important est qu'à cette période, les titres de presse sont publiés par des maisons d'édition du livre. Le XXe siècle marquera un renouveau avec la création d'entreprises de presse détachées de ces maisons

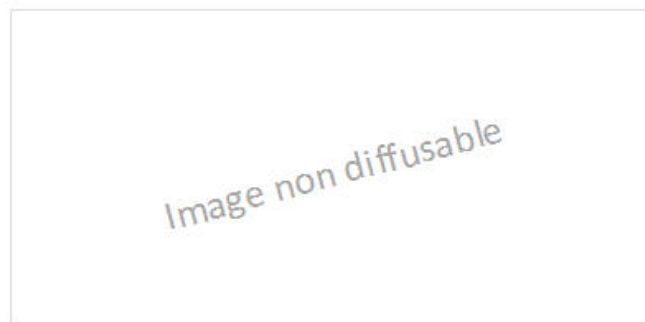
---

<sup>449</sup> *id.*, 2003.

d'édition. La presse s'est largement autonomisée. À côté de la bande dessinée en provenance des États-Unis qui émerge progressivement dans la presse, le XXe siècle ouvrira la voie aux illustrés : la presse et la bande dessinée se côtoient. En ce qui concerne la presse actuelle, Jean-Marie Charon distingue trois catégories : éducative, distractive et adolescente.

Implantés dans notre quotidien, les magazines ne doivent pas être considérés comme un sous-genre sans intérêt et passager, surtout lorsqu'il s'agit de magazines destinés aux jeunes filles qu'un adulte équilibré et censé acheter mais ne consulte pas à moins d'y être dans l'obligation ! Loin du rayon animal et nature des présentoirs sur lesquels des titres comme *Trente Millions d'amis* ou *Dogs* se dénichent facilement, les magazines de jeunesse que nous avons étudiés se cachent dans les rayons enfants dans l'ombre des têtes de liste que sont par exemple l'Oncle Picsou, Mickey Mouse, Lucky Luke et autres célébrités. Pour notre chapitre dont l'objet est le magazine de presse, après la bande dessinée franco-belge, les dessins animés américains et japonais, la vignette autocollante italienne, notre terrain d'enquête nous transporte dans le marché de la presse allemande. Les magazines destinés aux jeunes enfants ayant pour thème les animaux de compagnie ont été analysés, ainsi que des titres pré-adolescents ayant le cheval pour thème.

#### Illustration 1



Les titres ayant pour animal central le cheval, et dans une moindre mesure les poneys et licornes, sont majoritaires. Le nom du magazine reprend celui de l'héroïne humaine (*Lissy, Wendy, Jessy*), de l'héroïne animale (*Filly*) ou encore celui de la série (*Horseland, Pony and co, My little Pony, Kosmika*). Les magazines consacrés aux autres animaux sont dotés de titres explicites : *Tiere Freunde fürs Leben* [Animaux, amis pour la vie] ; *Tiere Freunde fürs Leben Tierbabys* [Animaux, amis pour la vie, les bébés animaux] ; *Chi Chi love, kleine Hunde, große Liebe* [Chi Chi Love, petits chiens, grand amour] ou encore *Pets*. La vitalité de ce type de presse se remarque par la précision *Neu* [nouveau] sur la couverture ainsi que par l'espace conséquent qui leur est réservé dans les lieux de vente. Ensuite, en lien à l'album d'images Panini, les chiens, chats et chevaux sont omniprésents dans les univers féminins tels que *Winx Club, Bratz, Barbie, Charlotte aux fraises, Lilly Pocket, Playmobil*, etc. Pour comprendre la vitalité de ces magazines, la consultation des sites web officiels des maisons d'édition majeures a été constructive : il s'agit de *Blue Ocean entertainment* et d'*Ehapa*. Ces deux maisons d'édition dominent fortement au sein de l'offre.

La maison d'édition *Blue Ocean entertainment* est une maison d'édition fondée en 2005 basée à Stuttgart dans le Bade-Wurtemberg. En 2012, soit seulement sept ans après sa fondation, *Blue Ocean entertainment* appartenait au trio de tête des maisons d'édition de magazines pour enfants et adolescents d'outre-Rhin. Forte de ses 32 magazines à succès, la maison d'édition s'est rapidement lancée dans la production d'albums, de calendriers, de magazines BD, etc. Elle est la maison d'édition allemande ayant la plus grande croissance de la décennie et fait partie des têtes de liste de maisons d'édition dans de nombreux pays. Elle possède des titres dans lesquels on retrouve des dinosaures (*Predasaurus, Dinosaurier*), des jouets (*Lego duplo, Playmobil*), des émissions télévisées jeunesse (*Löwenzahn, Frag doch mal*), des princesses (*Prinzessin Lillifee, My style Princess*), des fées (*Le Winx club*) ainsi que des titres ayant pour thème les monstres, l'aventure, les sciences, la magie ou féerie. Sans en constituer le thème principal, l'animal fait partie du contenu de plusieurs types de magazines. Par exemple, il est question des mutations d'insectes dans le magazine sur les *Predasaurius*. Du côté des magazines centrés sur les chevaux, poneys et licornes, on compte des titres tels que *Bayala, Bella Sara, Filly, Horseland* et *Pferd and Co*. En ce qui concerne les magazines consacrés aux chiens (et dans une moindre mesure aux chats), les titres *Chi Chi love Magazin, Total tierlieb, Chi Chi love, Kleine Hunde, große Liebe*.

Plus au nord de l'Europe, c'est pour *Micky Maus* que la maison d'édition scandinave *Egmont*

*Ehapa* fut créée en 1951. Le groupe mère danois *Egmont medien groupe* désirait assurer la diffusion des comics de Disney en Europe.<sup>450</sup> Cela signifie que contrairement à *Blue Ocean*, la filiation d'*Ehapa* est ancrée dans l'univers Disney et la bande dessinée, que cette dernière soit américaine ou franco-belge. En Allemagne, *Ehapa* diffuse aussi bien *Micky Maus*, *Lustiges Taschenbuch*, *Donald and co* qu'*Astérix*, *Lucky Luck* et l'indien *Yakari*. Du côté des magazines, joints à la domination de Disney avec les magazines *Disney Prinzessin*, *Disney junior*, *Disney classics* et *Winnie Puuh*, sont en vente *Hello Kitty*, *Barbie*, *Polly Pocket*, *Monster high*, *Ice age*, *Bibi et Tina*, *Zoobles*, *Girlfriends*, etc.

Illustration 2



Lego Friends (6-12 ans)

Illustration 3



Playmobil Girls (4-8 ans)

Réservés aux chevaux et poneys, citons les magazines *Pony and co* et le très célèbre *Wendy*. En y rajoutant les magazines de *Panini animal world* que sont les *Littlest Pet shop*, *Tiere Freunde fürs Leben* et *Tierbabys*, on constate que la presse jeunesse dédiée à l'animal de compagnie et au cheval forme un secteur qui n'est pas anodin. Des magazines ont pour thème

---

<sup>450</sup> Cette information est tirée du site officiel du groupe Ehapa, sur [www.ehapa.de](http://www.ehapa.de).



l'animal de compagnie, d'autres l'incluent dans le contenu des pages. Le premier exemplaire du magazine *Minnie* paru chez Ehapa (20.11.2012) place un chiot dès la couverture. Le chien semble vendeur et s'il apporte le journal aux adultes humains, son image apporte le magazine aux enfants, notamment aux filles.

### III. De l'art d'être petit, drôle, amical et mignon

Après la consultation des exemplaires archivés disponibles en ligne sur les sites web officiels et l'analyse du contenu des principaux magazines d'animaux de compagnie, ressortent les pistes de recherche suivantes.

La similarité des magazines est le premier point. Les structures sont quasiment identiques d'un magazine à l'autre. Le contenu se décline en effet sous forme de jeux, quizz, recettes, BD, histoires, horoscopes, photo-romans, blagues, reportages, présentations d'espèces et de races. Ce contenu nous renseigne sur la spécificité ludique du magazine comparativement aux livres et albums de la littérature et de la bande dessinée. Cela lui confère une grande perméabilité. Des quizz, des enquêtes de réception du magazine par les enfants, des jeux, des bulles à remplir de commentaires, des dessins, des coloriages et des blagues à envoyer par courrier, des recettes de cuisine, des ateliers de création et des jeux avec récompense (un jeu vidéo). De plus, cette sollicitation ne se limite pas à la frontière du magazine puisque des places (entrées) sont à remporter : une place de cinéma, une entrée au zoo, une entrée pour un aquarium. Des adresses de centres d'équitation sont données par le magazine *Wendy*. Ensuite, l'existence de sites Internet des magazines amène à la création de communautés. Le magazine n'est donc pas un espace limité au papier. De plus, excepté pour les collectionneurs, il n'est pas comparable à un album dont il faut prendre soin. Il se montre plus approprié à certaines circonstances comme la prise des transports en commun ou le voyage en train. Le magazine se démarque donc par les activités ludiques qu'il propose, son aspect portatif et plus éphémère.

L'omniprésence des images est le deuxième point. Le magazine est véritablement un papier à images. Aussi bien les photographies que des dessins recouvrent son espace. Ils s'étalent sur les feuilles jusqu'à parfois recouvrir la quasi-intégralité du format A4 du magazine. Cela ne signifie pas que le narratif textuel est absent mais qu'il est relayé au second rang. La centralité des images se justifie par le lectorat qui ne maîtrise pas encore parfaitement la lecture. Une solution pragmatique éditorialiste a été de privilégier les phrases courtes et le langage oral. Une des caractéristiques est que les animaux parlent par le biais de commentaires présents dans des phylactères ou situés en bordure. Les phylactères de la bande dessinée ont été réappropriés par le format magazine. Il permet aux animaux réels de s'exprimer. Parmi de

nombreux autres, nous citons une double-page présentant une race de chiens du magazine *Pets* (avril 2011, Ehapa, p.15). Un Jack-Russel est au bord de l'eau, un commentaire apparaît dans l'eau : « un bain si frais, c'est tout simplement super cool »<sup>451</sup>. De manière générale, c'est la première personne qui est utilisée : le chien est un *je*, c'est-à-dire un animal à la première personne.

Absent des posters sur lesquels les images semblent se suffire à elles-mêmes, le textuel se décline sous diverses formes : les commentaires sont liés à l'activité (l'animal commente ce qu'il mange), à sa pensée (un chien de roman-photo se motive à accélérer sa marche afin de retrouver le voleur) ou au thème du texte situé en bordure. Il faut signaler que si certains magazines font parler les animaux, d'autres utilisent un narrateur extérieur. Enfin, à ces animaux-images commentées et commentateurs s'apposent la mise en page, les nombreuses icônes, notamment des cœurs et étoiles, et les couleurs pour lesquelles Michel Pastoureau aurait un honnête terrain de recherche.

Destinés aux enfants, ces magazines opèrent une sélection des races de chiens. Il est notoire que ces chiens de magazine, sauf exception, sont majoritairement des chiens de race avec une sous-représentation des lévriers, dobermans, rottweilers, bergers allemands et saint-bernards. À l'opposé, carlins, chihuahuas, caniches, jack Russel, golden retriever, yorkshires, cockers ou bull-dogs français sont très représentés.<sup>452</sup> Enfin, notons que les photographies sont parfois retouchées, ce qui transparaît distinctement sur certaines couvertures, notamment au niveau des yeux de l'animal. En adéquation avec le rose des couvertures, une sexualisation poussée des chiens et chevaux transparaît. La transposition est évidente lorsque les chevaux, poneys et chiens font office de groupes de copines. Cette sexualisation est réalisée par l'apport de vêtements, accessoires et bijoux, les poses et les gestes stéréotypés (inclinaison de la tête) et la transformation des corps : cils, chevelure, longueur des ongles, etc. Les comportements et activités des animaux sont également révélateurs. Nous pensons aux magazines *Chi Chi Love* dont l'origine est une peluche chihuahua. Les chiens ont un prénom affilié à leurs races – Chi chi (Chihuahua), Peki (Pékinois), Yorki (Yorkshire) - et évoluent entre la plage, la cuisine, les soirées entre copines et les défilés de mode avec le sac à main à la patte avant, une fleur dans les poils, les sandales aux pattes, etc. Ce monde est un monde privilégié et préservé dans

---

<sup>451</sup> Extrait du magazine *Pets*, Ehapa, avril 2011, p.15.

<sup>452</sup> Du côté des autres animaux représentés, le spectre est conséquent : chats, lapins, hamsters, chevaux, éléphants, pingouins, cochons, écureuils, phoques, ours polaires, phoques, singes, etc.

lequel le luxe et le plaisir sont déterminés par des espaces culturels comme les centres commerciaux et les villas, deux grandes constantes des univers destinés aux filles en ce début de XXI<sup>e</sup> siècle.

Illustration 4



Le magazine *Chi Chi Love* (Blue Ocean) et ses figurines canines

Cette sexualisation avec laquelle des modèles culturels sont diffusés concerne également les non-filles. Sachant qu'une figurine licorne d'un magazine pour filles possède un élément des bijoux Swarovski, la tentative serait d'y établir un lien unique entre l'utilisation du bijou et la jeune lectrice. Or, on constate que des figurines dinosaures de magazines pour garçons possèdent eux aussi des éléments de Swarovski, mais cette fois à l'emplacement des yeux afin de les rendre visibles dans l'obscurité. Ce n'est pas le fait d'incruster des éléments d'une certaine firme de bijoux mais leur utilisation qui diffère.<sup>453</sup> Un même élément, deux cibles distinctes. Le passage à l'animal vivant est ici réalisable. L'incrustation de pierres Swarovski concerne les colliers de chiens – principalement des races canines de très petites tailles – vendus dans les boutiques *Koko von Knebel*. En Allemagne, ces dernières sont localisées à Düsseldorf, Munich, Hambourg, Berlin, Sylt et sur l'île Marbella pour l'Espagne. *Koko von*

<sup>453</sup> Ce parallèle fut constaté lors de la consultation des archives des magazines. Sur [www.ehapa.de](http://www.ehapa.de) (déc. 2012).

*Knebel* est une firme d'accessoires Lifestyle pour chiens dont le slogan est « every dog is a star ». Positionnée à l'international du marché des produits de luxe, elle importe des exclusivités d'Amérique du nord, Tokyo, Milan et Londres. Sur son site web officiel, l'onglet Presse situe les présences de *Koko von Knebel* dans des magazines et journaux de presse people et VIP, de mode, d'information et surtout d'animaux de compagnie tels que *All 4 pets* ou encore *Dogs*. La haute couture pour chiens et l'industrie de l'animal de compagnie ne se limitent donc pas aux quelques magasins. Elles se positionnent également dans les magazines pour enfants.

Le bonheur, l'amitié, la beauté et l'humour sont de tous les instants dans ces univers édulcorés. Cela concerne les animaux tirés de gammes de jouets (*Playmobil*, *Littlest pet shop*, *Chi chi love*) mais aussi les animaux vivants photographiés. Ici un chat qui commente le texte informatif de la présentation de sa race en s'écriant « Miauu, bin ich nicht süß ! » [Miaou, ne suis-je pas mignon !], là, un chihuahua qui se félicite d'aimer les bijoux et de se sentir bien avec. Le lexique des magazines participe à cette identification : les mots Süß [mignon], winzig [petit], lieb [gentil, adorable], kuscheln [câliner] et klein [petit] constituent ce que l'on pourrait qualifier de champ lexical global. Le magazine *Pets* propose le sous-titre « *Wir lieben Tiere* » [Nous aimons les animaux]. Le magazine *Tierlieb* « dein süßes Magazin » [ton magazine mignon/sucré] et *Chi Chi Love* « *kleine Hunde, große Liebe* » [petits chiens, grand amour]. Les objets disponibles avec les magazines sont également décrits en ces termes. Cet univers clame le cool, le mignon, le doux, l'attendrissant. C'est précisément dans ce cadre que l'association bébé-animal prend forme. Dans ces magazines pour enfants, la présence des bébés animaux s'observe par la surreprésentation d'animaux en bas-âge comme des chiots, des chatons, des poulains mais aussi des ours polaires, des pingouins, des manchots. Cette caractéristique est à mettre en rapport à l'attrait pour des animaux de petite taille : ce sont les races de chiens de petite taille mais aussi les lapins, les rongeurs, les écureuils. Enfin, la déclinaison des magazines en une autre version dédiée aux bébés animaux dans laquelle le terme de *bébé* a remplacé le terme *petit* est à signaler. Ce genre est devenu une sous-catégorie. Citons le magazine *Tierbabys* du *Panini animal world* qui regroupe les animaux domestiques et sauvages avec des reportages et photographies sur les bébés girafes, les bébés koalas et sur des animaux adultes infantilisés ou « bébésés » comme les suricates, les rats-laveurs, les singes. Cette évolution se retrouve dans la sphère des jeux vidéo destinés aux enfants comme nous le verrons par la suite.

Illustration 5



Le magazine *Tierbabys* (juin 2013) de Panini Animal world

L'intérêt porté par ces magazines au bébé animal aboutit à l'association des animaux qualifiés de sauvages aux domestiques. Nous retrouvons cette orientation dans plusieurs médias, que ce soit du côté des livres, de la presse pour adultes, de la télévision ou du cinéma. L'autre intérêt, toujours sous la coupole du mignon, est celui des relations inter-espèces : (des animaux de deux espèces animales distinctes s'embrassent). Cette interaction entre les espèces unit le jeune lectorat humain aux animaux présentés. Les multiples quizz des magazines révèlent que le jeune lecteur est amené à se positionner : le quizz *Hund oder Katze ?* [Chien ou chat ?] est particulièrement répandu dans les magazines. Nous présenterons un exemple : le quizz « Quel animal te convient ? » dont les questions sont les suivantes :

Quelles sont tes caractéristiques principales ? vif et enthousiaste / calme et réservé / indépendant et intelligent [...] Quels sports préfères-tu ? La gym ou le ballet / en fait, je ne fais pas de sport / le jogging et le vélo [...] Qu'est-ce qui pour moi est important pour un animal ? De toujours avoir quelqu'un pour caresser et prendre dans mes bras / d'avoir un super ami / de toujours avoir mon ami à mes côtés.<sup>454</sup>

Ce type de questionnaire, derrière son anonymat, nous montre que les enfants et les animaux deviennent deux liquides fondus et versés dans un même moule typologique. Ces animaux ne sont pas présentés à travers leurs individualités mais par l'espèce ou la catégorie biologique. Trois résultats sont proposés : le chat, le chien et le groupe des lapins-hamsters-cochons d'Inde. Cette fixation est condamnable. Le réductionnisme qui s'y manifeste est consternant : les lapins, les hamsters et les cochons d'Inde sont surtout présentés comme étant mignons et nécessitant peu de soins. Derrière ce type de quiz, il est question de réduire au maximum les animaux en leur donnant une identité fixe et une utilisation adaptée à l'enfant.

Une caractéristique des magazines est la présence de cadeaux et parties détachables (poster). Le magazine est vendu avec un cadeau. Pas une surprise mais un cadeau visible à l'achat. De fait, par ces objets externes, le contenu du magazine « se projette » dans l'univers quotidien matériel de l'enfant. On y trouve des tamagotchi appelés les amis-digitaux, du matériel scolaire, des stickers et images, des figurines *Playmobil*, des bijoux, des cosmétiques, des agendas, des cartes postales, etc. Nous préciserons que le magazine *Géo* propose quant à lui de vrais insectes de collection sous boîte.<sup>455</sup> L'animal vivant (et mort) n'est donc pas à exclure. En ce qui concerne les objets, il est notoire qu'ils possèdent un fort caractère technologique : une gomme en forme d'ordinateur, une gomme en forme de téléphone portable, une radio paillette, un jeu vidéo, etc. D'une part, ces objets prolongent le magazine dans la vie quotidienne du lecteur. C'est la règle d'école avec l'image de chiots et chatons postés dans un fond rose orné de cœurs que l'on pourra avoir dans sa trousse ou le poster qui recouvrira les murs de la chambre de l'enfant. D'autre part, ils sont associés de manière directe aux animaux. Dans ces magazines, ces figurines apparaissent à côté des animaux photographiés si bien que la figurine a pour fonction de prolonger l'image : peut-être que ces figurines servent de prolongement matériel non pas au magazine de l'animal réel photographié mais au chien fictif ? Cette importance des objets « extra » est d'ailleurs soulignée et clairement revendiquée par les maisons d'édition *Ehapa* et *Blue Ocean* qui leur consacrent un onglet de leur site internet. Ces cadeaux, motifs d'achat, sont régulièrement

<sup>454</sup> Extrait du magazine *Tierlieb*, novembre-décembre 2010, p. 6-7.

<sup>455</sup> Cette réalité a été constatée en kiosque. Elle concerne les insectes, scorpions, etc.

rattachés à des marques de jouets ou de bijoux.

Enfin, la dernière caractéristique est que le magazine est une source d'informations portant sur les autres supports destinés aux enfants. Par exemple, une fois la couverture tournée, ce ne sont pas moins de 6 supports que le magazine *Total tierlieb* (août/septembre 2011) nous donne. Il y a un renvoi littéraire avec la publicité pour les romans de Poneys *Pony Peppermint* et un renvoi audiovisuel avec la série *Katrin und die Welt der Tiere* [Katrin et le monde des animaux] diffusée sur la chaîne de télévision Super RTL. L'héroïne Katrin a un oncle qui est soigneur dans un zoo, un détail qui n'est pas sans lien avec les recherches universitaires du géographe Jean Estebanez sur les soigneurs au contact des animaux de parcs zoologiques.<sup>456</sup> L'identité de Katrin lui confère une légitimité et c'est bien au titre de *Tierexpertin* [experte des animaux] qu'elle intervient au sein du magazine. On remarque que l'expertise scientifique n'a pas épargné les magazines pour enfants. Le prochain support est un jeu vidéo avec le jeu PC *Spielen wir Tierärztin* [Jouons à la vétérinaire]. Notons que ce jeu est une réponse à la présentation dans ce numéro du magazine du métier de rêve de Dr. Nina Müller, vétérinaire à Stuttgart. Le jeu vidéo arrive en fin de reportage et est présenté comme étant un moyen d'entraînement (dans *Total tierlieb*, août/sept 2011. p.6 et 7). Le support est en ligne avec le site web des fans du magazine. Enfin, les autres extras (un bloc-notes) et les détachables (les posters). De plus, le magazine est lui-même composé de jeux, reportages, romans-photos, BD, etc. À cela s'ajoutent les publicités et références faites comme dans la majorité des titres de cette presse.

La création de communautés de fans d'un magazine n'est pas une nouveauté en soi. Pensons au club *Mickey*, au club *Tortues Ninja* ou au club *Nintendo* qui sont plus anciens. Le lien avec les lecteurs est entretenu et renforcé par la création d'un club. Cette pratique n'est nullement inédite. Dans la cadre de la presse pour jeunes filles, Catherine Ternaux montre bien que les lectrices étaient très sollicitées et que l'appartenance à une communauté était déterminante. Ce qui est inédit est l'espace Internet qui redéfinit les communautés. Ce n'est pas la première greffe médiatique. En rapport au contenu, Catherine Ternaux insiste sur le bouleversement de l'introduction de la photographie. La photographie a remplacé le dessin si bien que le rapport de la lectrice à son journal s'est intensifié et individualisé avec l'organisation de concours de

---

<sup>456</sup> Jean Estebanez, « Ceux qui sont proches. Les soigneurs au zoo », dans *Sociétés*, n° 108, 2010, p. 47-57.



photographies. Des concours du « plus joli toutou » sont par exemple organisés<sup>457</sup>.

La pratique qui consiste à poster des photographies d'animaux de compagnie sur Internet – par exemple, celle du « plus beau toutou » – si elle est spécifique à l'espace d'échanges qu'est Internet, est probablement la continuité directe du premier bouleversement provoqué par l'introduction de la photographie au sein d'un média plus ancien, le magazine. De plus, la création de communautés en ligne de lecteurs et lectrices d'un magazine ne signifie aucunement la disparition du matériau papier du magazine. Les deux médias s'unissent plus qu'ils ne se détruisent.

Dans ce lien qui rassemble le lectorat, la version papier du magazine et le site web, les applications se diversifient. Établir le lien entre les différents magazines et leurs sites s'avérerait toutefois complexe. C'est pourquoi nous nous limiterons à la présentation d'un seul site web, celui du magazine *Total tierlieb*, qui est une véritable plate-forme. En plus des publicités pour une animalerie positionnées sur la droite de l'écran, cohabitent différentes rubriques. Il y a les reportages sur les animaux (texte, photo), le lexique animal (il comprend les dinosaures), la bande dessinée, les galeries d'images, les dessins et coloriages, la rubrique littéraire (écrire une histoire), les tests de connaissances, les News (News nationales et mondiales), les jeux (jeu vidéo d'adresse, memory, puzzle, vidéos animales, coloriages) et un onglet destiné aux parents. Ce dernier précise la valeur de la thématique animale tout en insistant sur la gratuité de l'inscription à la communauté et les deux partenaires du site. Une fois encore, on dénote le primat de l'image et celui des quiz et sondages qui permettent de rassembler des informations décisives sur les enfants : le moteur de recherche internet utilisé, la possession ou non d'un téléphone portable, les activités préférées, l'animal de compagnie préféré, les services préférés du site, etc. Rappelons-nous que la centralité de l'image, la relation individualisée et le zapping définissent pour Jean-Marie Charon le magazine moderne. Comme à l'accoutumée, Disney est à la pointe de la modernité : les Princesses sont depuis peu accompagnées de Pets.

---

<sup>457</sup> Catherine Ternaux, « le rédactionnel dans la presse pour jeunes filles », extrait de la revue *9<sup>e</sup> Art*, numéro 6, janvier 2001. La version PDF de l'article est disponible sur <http://neuviemeart.citebd.org/spip.php?article103>.

Illustrations 6 - 7



Les Princesses de Disney et les Pets possèdent leur propre magazine : *Palace Pets* et une gamme de jouets



### III. Conclusion : Les chiens font la une des magazines

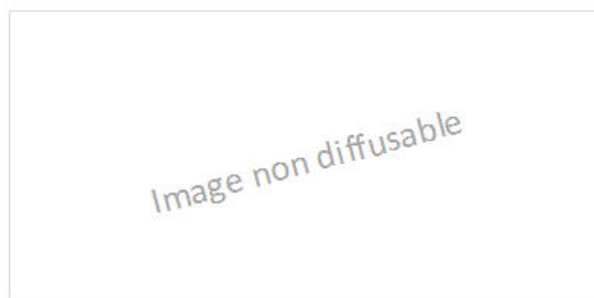
Les animaux de compagnie des magazines s'inscrivent dans un écosystème médiatique qui réunit les medias comme les époques. On y trouve les univers récents destinés aux jeunes filles pour lesquelles les magazines *Minnie*, *La Schtroumpfette* et *Playmobil girls* ont été créés comme les magazines plus « classiques » *Tom et Jerry* ou *Scooby-doo*. Le chercheur, s'il est habitué aux personnages de fiction de sa propre enfance, est désorienté face aux nouvelles publications, de surcroît s'il est une non-fille ! La démarche qui a consisté à intégrer les magazines de presse destinés à des jeunes filles s'est imposée rapidement. La grande quantité de titres disponibles à la vente était un facteur suffisant à l'intérêt. En même temps, elle a entraîné de réelles difficultés de lecture dues à l'hyper-segmentation de la presse et à ses effets collatéraux. Destinés uniquement aux jeunes filles, les magazines *Chi Chi Love*, *Pets* ou *Total tierlieb* ne possèdent aucune légitimité auprès des adultes, si ce n'est l'absence de violence. Le degré de lecture du chercheur adulte n'étant pas celui d'un enfant, le chercheur se retrouve quelque peu décontenancé face aux contenus.

Or, le contenu du magazine, une fois le « supplice » de la couverture passé et la première page tournée, s'est révélé digne d'intérêt. Le primat du visuel et de la photographie, la présence inattendue de rubriques informatives et pédagogiques (races, profession vétérinaire), le primat donné aux jeux et le positionnement des magazines dans un écosystème médiatique englobant montrent que ce cahier sans importance s'inscrit dans la modernité. Les animaux de compagnie sont le thème de nouveaux magazines destinés aux enfants en plus d'être intégrés aux histoires de *Barbie*, *Playmobil* et *Polly Pocket*. Parallèlement, la présence des chiens dans les magazines adolescents et adultes relie ces magazines de jeunesse à d'autres titres de presse.

Après consultation de magazines destinés à un lectorat d'adolescentes et de femmes adultes, plusieurs points communs ont été relevés : l'attrait pour les mêmes espèces animales, les bébés animaux, l'amitié inter-espèces et celui pour la famille. Dans l'ensemble, les contenus des magazines sont assez proches : le goût pour l'insolite, la présence de l'horoscope et de quiz, la place centrale de la photographie, la publicité (agences de voyages). En ce qui concerne la presse pour adolescents, le magazine *Bravo* (n°14, le 26.03.2014) montre qu'en plus de contenir des romans photos équivalents à ceux des magazines *Wendy* et *Lissy* dans

lesquels le chien sert principalement de lien social et de médiateur entre les acteurs humains, les photographies des chiens des célébrités se retrouvent disséminées sur plusieurs pages. Cette similarité de contenu serait à approfondir. En effet, beaucoup d'éléments manquent à une appréhension du traitement des animaux dans une presse bigarrée. Les travaux portant sur la presse de Pierre Bruno démontrent tout l'intérêt d'étudier ce média non monolithique.<sup>458</sup> Des magazines de mode, d'art, de décoration, d'aménagement, de couture, de cuisine, de robotique, de chasse, de pêche, d'agriculture aux magazines militaires et politiques, le terrain de recherche est fourni. Anonyme ou décliné d'un jouet, réel ou fictif, le chien de compagnie accompagne la jeunesse dans ses lectures et ses jeux. L'anthropomorphisation des chiens et la caninisation des humains n'est pas l'apanage de la jeunesse. Le magazine de presse destiné aux adultes se montre également *crazy 4 dogs*...

#### Illustration 8



Une couverture (érotique) du magazine *All 4 pets - Crazy 4 dogs*

---

<sup>458</sup> Pierre Bruno, « Qu'apprend la presse éducative ? », dans *Le français aujourd'hui*, no. 132, 2001, p. 96-103 ; id., « Presses jeunes et identités féminines », dans *La lettre de l'enfance et de l'adolescence*, no. 51, 2003, p. 55-60.



## **Chapitre VII**

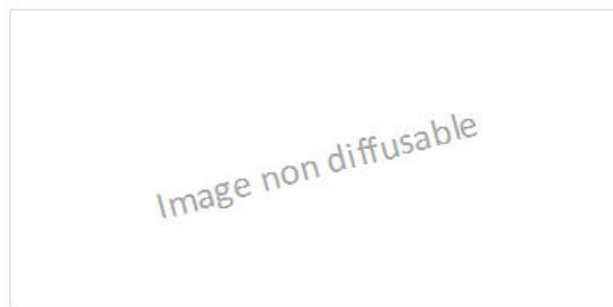
### **Les jouets**

## I. Toy story : une histoire de jouets<sup>459</sup>

Il se passe quelque chose dans le face à face entre l'enfant et son jouet, quelque chose qui participe de la quête métaphysique la plus vraie, celle qui se préoccupe de l'espace, du temps et du hasard, avant que le langage et les idées reçues ne viennent étouffer ce brasier dont la flamme, dans quelques cas rarissimes, parvient à durer.<sup>460</sup>

Les huiles sur toile de Jean Siméon Chardin ont inscrit durablement le jouet dans l'art de la peinture. Le jouet et le jeu sont sérieux, n'en déplaît aux adultes. Selon l'écrivain Alberto Manguel, les jouets sont des objets à considérer avec passion et curiosité. Grâce à ses objets, les jeux qui en émanent ouvrent le monde et la société aux enfants.<sup>461</sup> Tout est là : les trains, les voitures, les poupées, les soldats, les peluches, les bêtes sauvages irréelles et les animaux de ferme dont la vie est sans histoires ! Comment, par qui et par quoi engager une recherche sur les jouets si ce n'est justement par les êtres dépourvus d'histoire. Tout est là en effet, les chiens y compris. Après la lecture et le visionnage, notre recherche s'intéresse aux jouets et au jeu. C'est pourquoi, outre la littérature de jeunesse, la bande dessinée, le cinéma, la télévision et la presse, la modernité du chien convoquée par les peluches, les poupées, les figurines et les jeux vidéo constitue un parc fictionnel dans lequel nous avons été conduits à nous promener.

### Illustration 1



Le chien jouet des films d'animation *Toy Story* (1995-2010)

Pour le chercheur, la première difficulté rencontrée est la quantité herculéenne de ces objets

---

<sup>459</sup> Au Québec, les films *Toy Story* portent le nom *Histoires de jouets*.

<sup>460</sup> Nicolas Witkowski, *Petite métaphysique des jouets. Éloge de l'intuition enfantine*, Paris, 2011, p. 9.

<sup>461</sup> Alberto Manguel, *Au pays des jouets. Cent ans d'aventure*, Paris, 2006.

de l'enfance ! Le devenir jouet serait-il un passage obligé à toute créature de fiction ? Le jouet serait-il une consécration ? Contrairement à ce que l'on pourrait penser de prime abord, la vérité commerciale n'est pas toujours dissimulée et l'enfant n'est pas systématiquement abusé aveuglement. Dans certains cas, elle est de surcroît explicitée dans le scénario comme dans le classique de l'animation *Hercule* (1997) de Disney : « En effet, dans le film même, des objets et des jouets (figurines) sont commercialisés du fait de la notoriété d'Hercule. On les trouve dans les Herculestores qui ressemblent aux Disneystores. Dans le film, l'exploitation du personnage Hercule correspond à son exploitation dans le monde réel par Disney ». <sup>462</sup> Dans une scène du long métrage, c'est précisément en brandissant une Action figure à son effigie que le héros tente de prouver à son père Zeus qu'il est devenu un héros ! Nous noterons donc que la réalité commerciale qu'est la vente de produits dits « dérivés » n'est pas dissimulée mais bien représentée. La promotion du film et la somme de produits « dérivés » d'une œuvre - le film *Hercule* en comptabilise plus de 600 produits - évacuent toute ambiguïté quant au caractère commercial affiché dans le film et appliqué dans la réalité <sup>463</sup>. Pierre Bruno précise qu'il s'agit d'une logique artistique et commerciale globale :

Désormais les films, certains tout du moins, sont conçus en fonction des impératifs du marché, le choix du personnage, pour ne prendre que le critère le plus immédiatement perceptible, se fait en prévision de leur succès potentiel sous forme de produits dérivés ou des stratégies de développement et d'élargissements des gammes existantes. Voilà pourquoi le groupe ne s'inspire plus seulement du patrimoine culturel occidental – contes, légendes ou œuvres littéraires (Blanche-Neige, Merlin l'enchanteur, Cendrillon, Le livre de la jungle) – ou plus tardivement mondialisé (Mulan, Aladin...), mais crée désormais ses « héros » de toutes pièces en fonction de leurs exploitations commerciales potentielles : animaux (Le Roi Lion), jouets, dinosaures ou véhicules (Cars). <sup>464</sup>

Pour comprendre le jouet contemporain, le chercheur dispose des films d'animation *Toy Story* qui ont connu un succès retentissant à une échelle internationale. La trilogie *Toy Story* ou *Histoires de jouets* au Québec (1995, 1999, 2010) des studios Pixar et Disney. Comme parfois dans l'Histoire, l'audace est issue d'un défi dont le premier accueil fut très médiocre. Ce fut le cas de la première version du film sous forme de story-boards de Pixar proposés à Disney et surtout des jouets tirés de la version finale du film d'animation. Au départ, « aucune grande entreprise n'a voulu commercialiser les jouets, ne croyant pas à leur succès ». <sup>465</sup> Ce film qui

---

<sup>462</sup> Gilles Brougère, *Jouets et compagnie*, Paris, 2003, p. 193.

<sup>463</sup> Voir la revue Cahiers du Gerse (Groupe d'études et de recherches en sémiotique des espaces), *Un monde merveilleux, dispositifs, hétérotopies et représentations chez Disney*, n°6, UQAM (Université de Québec à Montréal), 2004.

<sup>464</sup> Pierre Bruno, « Groupes multimédias et jouets. L'exemple du groupe Disney », dans Gilles Brougère (éd.), *La ronde des jeux et des jouets. Harry, Pikachu, Superman et les autres*, Paris, 2008, p. 107–118, ici p. 113.

<sup>465</sup> Brougère, 2003, p. 195.



était un véritable projet expérimental avait pour objectif la réalisation d'un long-métrage en images de synthèse. De plus, le studio Pixar avec lequel Disney a collaboré pour le projet possédait la réputation d'être une société technico-libertaire.

L'histoire donnera raison au risque pris puisque les produits dérivés de *Toy Story*, tout comme le film, furent un succès. Néanmoins, cet exemple en appelle encore à la prudence du chercheur qui derrière les logiques globales qui consistent à développer un film en fonction des gammes de jouet doit s'attacher à l'étude des cas particuliers. La spéculation est source d'emportement et d'erreurs. Pour nous, c'est précisément parce que le scénario de *Toy Story* articule des jouets et des chiens qu'il est indispensable de l'analyser. Le premier constat à établir est que si le chien réel n'est pas un jouet - des affiches de campagne de protection animale mettent en avant cet argument - le jouet, quant à lui, peut être un chien. Ces films en images de synthèse le montrent : le chien est le meilleur ennemi ou le meilleur ami du jouet.

L'histoire des films est la suivante. Pour les jouets d'Andy, l'anniversaire du garçon et la fête de Noël sont les moments de l'année les plus redoutés : les nouveaux jouets arrivent ! Dans le premier film (*Toy Story*, 1995), le conflit et donc le scénario qui s'articule autour est introduit par le jouet de la conquête de l'espace Buzz l'éclair. Ce dernier est une claire métaphore d'une conception nouvelle du jouet. Tandis que les autres jouets de la chambre d'Andy s'inscrivent dans le passé – Woody est un cow-boy, Zig-zag est un chien-ressort, Bayonne est un cochon-tirelire... – Buzz l'éclair qui est un jouet de la conquête spatiale annonce l'inédit, l'inconnu, voire l'absurdité. Ne comprenant pas qu'il est un jouet, il a considéré la boîte d'emballage en forme de vaisseau comme étant un réel vaisseau spatial ! Au départ, le naïf Buzz l'éclair est à la fois ridicule et attachant de par son ignorance et le sérieux avec lequel il pense pouvoir incarner et maîtriser ses fonctions ludiques (voler, projeter un laser). Cela, il l'apprendra plus tardivement en étant par hasard téléspectateur de sa propre publicité télévisée !<sup>466</sup> En résumé, le point décisif est que le jouet Buzz l'éclair représente le premier élément déstabilisateur. Ces films d'animation, par l'adoption de l'angle de vue et l'angle de vie des jouets qui s'animent une fois les humains partis de la salle. À la fin du film, alors que l'équilibre au sein des jouets et que la cohésion sont revenus, les jouets paniquent : c'est Noël, Woody et Buzz l'éclair sont

---

<sup>466</sup> À propos de cette scène : « La force de ces personnages est sans doute due à la qualité de l'histoire dans laquelle ils s'insèrent et qui leur donne une personnalité paradoxale, celle de jouets qui peuvent être délaissés. Le cow-boy n'est plus à la mode et Buzz semble s'effondrer face à la banalité de sa représentation reproduite à l'infini dans un magasin de jouets. La scène la plus forte du film (mais peut-être seulement pour un chercheur sur le jouet) intervient quand Buzz découvre qu'il est un jouet. Découverte aux effets métaphysiques profonds tant pour Buzz que pour le spectateur. Dans ce film, il n'y a pas de personnage mais uniquement des jouets un peu datés (...) Toy story n'est pas l'histoire de personnages, mais de simples jouets, et le jouet qui se prend pour un personnage est ridicule et ridiculisé par ses camarades jouets qui connaissent la vérité. Histoire assez déréalisante, d'autant plus que les jouets se veulent ordinaires » (*id.*, 2003, p. 194-195).

assis sur le lit et écoutent par transmission radio les petits soldats (les jouets) envoyés en mission dans l'arbre de Noël du salon. Le cow-boy Woody se montre très confiant : « Mais qu'est-ce qui pourrait être pire que Buzz ? ». À ce moment, l'abolement d'un chien résonne dans le micro. Le jeune Andy vient de recevoir un chien pour cadeau, soit un animal vivant. Les trente dernières secondes du film se terminent par l'arrivée de cet imminent danger dont on entend juste l'abolement. Le chien, cadeau de Noël d'Andy, annonce *Toy Story 2*.

Pour qui mène une recherche scientifique sur le chien, la trilogie *Toy Story* (1995, 1999, 2010) qui mêle chiens (de fiction) réels et jouets (chien) est inévitable. Le premier film nous présente trois personnages chiens<sup>467</sup>. Il y a le jouet Zig-zag qui est un teckel-ressort en plastique dont la capacité d'étirement sera utilisée à plusieurs reprises de manière décisive. Zig-zag dont la voix française est celle de l'acteur Jacques Ballutin est loyal et forme le personnage (jouet) le plus attaché au héros principal le Cow-boy Woody. La représentation de nos sociétés de la fidélité du chien se voit transposée dans le monde du jouet. Au cours des films d'animation suivants, Zig-zag restera un personnage fidèle et sporadiquement décisif (le chien sauveur) et terminera en compagnie de Woody chez la petite fille à qui Andy transmet ses jouets avant de partir à l'université en clôture du troisième film. Le chien Zig-zag est une allusion directe au jouet en forme de ressort inventé en 1940 aux États-Unis par Richard James qui sera rapidement décliné en chien. Ce fut un jouet très populaire dans les années 1950 et 1960. Le jouet se verra d'ailleurs modernisé pour la production du film. Depuis, « Slinky dog » a été adapté en attraction des parcs de Disney, aux États-Unis et au nouveau parc Hongkong Disneyland Resort !<sup>468</sup>

Ensuite, du côté des chiens non-jouets de la trilogie, avant l'arrivée de Razmotte, le brutal bull-terrier blanc Scud qui dévore les jouets de la maison voisine est à citer. Scud est un complice. Il est la réplique canine au poil du voisin Sid, l'affreux garçon qui passe son temps à terroriser, détruire et hybrider tous ses jouets. Scud et Sid constituent le renversement du couple Andy et Razmotte. En effet, alors que son abolement signalait le danger, le film d'animation *Toy Story 2* (1999) nous présente Razmotte comme étant le sympathique chien de la famille. Secrètement, ce teckel – une race que l'on retrouve dans une des premières versions du jeu *Nintendogs* – est l'ami des jouets et leur complice. Il obéit à Woody et joue avec lui. Sa relation avec le cow-boy Woody est privilégiée. C'est uniquement en sa

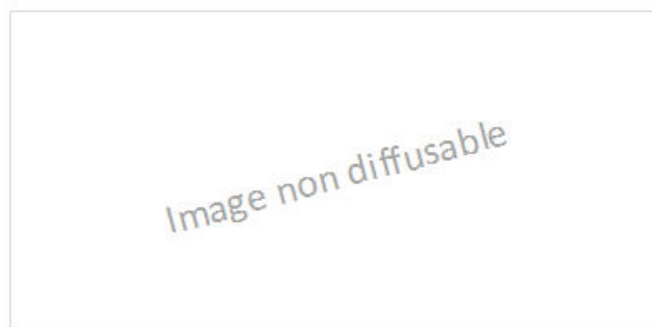
---

<sup>467</sup> Des informations détaillées sont disponibles sur le site web consacré à l'univers Disney <http://personnages-disney.com/Page%20Toy%20Story.html> consulté le 28.05.2014

<sup>468</sup> *Id.*, « Les parcs d'attraction », dans *Educação e Pesquisa*, n° 26, 2000, p. 11–21. Voir également le blog web Internet *Inpark* dédié aux parcs d'attraction à une échelle internationale [http://inparknews.blogspot.de/2011\\_11\\_01\\_archive.html](http://inparknews.blogspot.de/2011_11_01_archive.html) consulté le 18.09.2013.

compagnie que sa personnalité de chien intelligent et énergique est montrée, et non avec le garçon Andy. On retrouve encore un lien bi-personnel, entre un chien et un individu (jouet). À l'image du jouet Zig-zag, il lui sera d'une aide précieuse. Au final, le jouet héros Woody se voit épaulé par deux teckels : le jouet Zig-Zag et le chien de la famille Razmotte ! Enfin, à l'image d'Andy qui vieillira au cours de la trilogie jusqu'à devenir un jeune adulte, et à l'opposé des jouets, le chien réel figure et manifeste en lui-même le temps, plus précisément le vieillissement. Dans *Toy story 3* (2010), Razmotte est vieux, rempli de poils blancs et a une très nette surcharge pondérale. Il est devenu calme, le temps du jeu ayant été remplacé par celui de la sieste sur le lit du garçon devenu adolescent. Le chien réel a délaissé les jouets. Il a en quelque sorte passé l'âge de jouer, tout comme Andy. Le film insiste clairement sur cette distinction : Razmotte est d'une autre corporalité et temporalité que les jouets. Enfin, comme ce fut souligné dans le chapitre concernant la littérature sur le lien du renard et du chien, nous noterons que Pile-Poil, le loyal et obéissant destrier du héros Woody apparu dans *Toy Story 2*, s'il est un cheval de Western, adopte par moments des positions et des manifestations de chien (cambrures, mouvements de queue, etc.) ! Une fois de plus, les espèces se recourent. En outre, si les jouets sont animés une fois laissés à eux-mêmes, le chien Razmotte qui les appréhende – il rentre en communication directe avec un jouet animé et se lie d'amitié – et qui comme Andy vieillit, pose lui, la réalité de la vie et du vivant. *Toy Story* nous a introduit l'histoire des jouets et celle du chien de compagnie. C'est un film d'animation qui nous propose de jouer.

Illustration 2



Le chien Razmotte et Woody dans *Toy story 2* (1999)

## 1. De l'Antiquité à l'ère industrielle

Un regard rétrospectif donne la mesure de l'évolution des relations affectives au fil de l'histoire au sein de la famille, notamment au travers de la place variable de la place qu'y ont pris les jouets. Les traces indirectes laissées par les législateurs, les pédagogues, les écrivains, les iconographes et autres peintres nous apprennent que le jouet n'a pas à proprement parler d'« histoire » et que l'enfant connaît des statuts différents aussi bien au fil du temps qu'en fonction des couches sociales.<sup>469</sup>

En tant qu'objet de recherche en sciences sociales et sciences de l'éducation, la démarche que nous empruntons vise à en exposer les « règles du jeu » essentielles et non à en écrire la totalité des subtilités. Il s'agit pour nous de constituer un court rappel historique du jouet dans l'histoire en montrant les évolutions les plus déterminantes.

Michel Manson, en se centrant sur la fabrication et la vente de jouets de l'Antiquité grecque et romaine, a montré que dès celle-ci, des jouets furent produits en série.<sup>470</sup> Si le terme générique de jouet n'existait pas encore chez les Grecs et les Romains en ce temps, un marché de l'enfance était déjà bien en place. L'activité ludique des enfants de l'Antiquité était riche, la gamme des jouets et l'importance de la production le démontrent. Il est très probable que de futures fouilles archéologiques approfondiront nos connaissances, tout du moins en ce qui concerne les jouets « officiels ». En effet, il ne faut pas omettre de signaler l'existence de ce que Michel Manson qualifie de jouets écologiques, c'est-à-dire les morceaux de bois, les cailloux, le sable, etc.

Deux éléments sont pertinents, le fait que la petite enfance se déroulait principalement dans l'espace de la maison et que la différence prescrite des activités ludiques des garçons et filles soit marquée. Le philosophe Platon recommandait une séparation à l'âge de six ans. Cette réalité renvoie à la place du jouet et du jeu dans les cultures antiques, à savoir un objet et une activité d'apprentissage et de formation<sup>471</sup>. Suite aux observations et recommandations des philosophes et pédagogues, le jouet fut doté d'une fonction didactique. Ceci explique en

---

<sup>469</sup> Sandrine Vincent, *Le jouet et ses usages sociaux*, Paris, 2001, p. 19.

<sup>470</sup> Michel Manson, *Jouets de toujours*, Paris, 2001; *Id.*, « Fabriquer et vendre des jouets », dans Bruno Girveau et Dorothee Charles (éd.), *Des jouets et des hommes*, Paris, 2011.

<sup>471</sup> « Quelques traités antiques nous renseignent sur la valeur éducative que les adultes prêtaient aux jeux et aux jouets. Le discours normatif de Platon ou d'Aristote (IV<sup>e</sup> siècle av. J. -C) a traversé toute l'antiquité. Il ne s'agissait pas pour eux de répondre aux besoins affectifs des enfants, mais d'être attentif au développement de leur personnalité et à leur formation de futurs citoyens. Dans une société où l'acquis, physique et moral, dominait sur l'inné, l'apprentissage débutait dès la naissance. Une formation précoce était d'autant plus importante que la malléabilité du corps infantile allait de pair avec celle de son âme, comparée à une cire vierge où tout allait s'exprimer dès les premiers jours » (Véronique Dasen, « De la Grèce à Rome. Des jouets pour grandir », dans Bruno Girveau et Dorothee Charles (éd.), *Des jouets et des hommes*, Paris, 2011, p. 52–59, ici p. 53).

partie la séparation des jouets entre garçons et filles pour les enfants de six ans qui devaient incorporer leurs rôles sociaux futurs. Cette séparation est inscrite dans la langue même : « La différenciation sexuelle se retrouve dans la langue, puisque l'expression l'« âge des poupées » désignait l'enfance des filles, et l'« âge des noix », celle des garçons ». <sup>472</sup> Avant la séparation, les enfants de l'antiquité recevaient des objets dès la naissance, une pratique qui nous renvoie à notre époque. À l'antiquité, les premiers jouets étaient divers : *Crepundia* (amulettes), *bullæ* (une bourse attachée à un cordon que l'enfant recevait le neuvième jour après la naissance), *crepitacula* (jouets sonores), etc. On retrouve donc des hochets, des jouets musicaux, des clochettes et autres objets dont certains revêtent une forme animale (ex : un hochet en forme de chien) ou un corps/une matière animal (une *bullæ* en ivoire). Du côté des jouets de locomotion et des jouets de transport, l'existence du cheval-bâton, du cheval à roulettes et l'attelage aux chariots des enfants d'animaux vivants tels que chiens, poneys et chèvres est à signaler. Dans le chapitre sur la bande dessinée, Idéfix nous l'avait montré à ses dépens. Les jouets d'adresse comme les billes, les poupées et les figurines existaient aussi. Les poupées symbolisent la difficulté des historiens à distinguer les jouets des enfants vus comme jeux et apprentissage des jouets que nous qualifions de jouets amulettes. Le jouet n'était pas que distraction et apprentissage puisqu'il remplissait aussi une fonction de protection. De plus, nous connaissons le lien des poupées aux sphères du sacré : « Au final les jouets antiques sont polysémiques, à la fois et inextricablement ludiques et éducatifs, profanes et religieux. La richesse des sources antiques permet de montrer à quel point les enfants étaient importants et séparés des adultes ». <sup>473</sup> Finalement, le classique *Hercule* de Disney rend compte de la réalité commerciale du jouet du XXe siècle et de l'existence de jouets à l'Antiquité, nous permet de cerner le lien entre ces deux époques !

Avant la remise en question par des médiévistes de la thèse de Philippe Ariès selon laquelle le sentiment d'enfance serait apparu au XVIIe siècle, le Moyen-âge était perçu comme dépourvu de l'enfance. Les fouilles, l'analyse de manuscrits et documents iconographiques ont amené les médiévistes à affirmer l'existence d'un sentiment de l'enfance. <sup>474</sup> Depuis, plusieurs études ont montré le rôle prédominant joué par l'Église dans la restructuration de la famille et la place concédée à l'enfant et à la mère. Ainsi, des jouets ont bien existé. Les tombes le confirment et aux dires des historiens médiévistes, ces jouets étaient principalement, mais pas uniquement, liés à l'apprentissage professionnel dévolu aux enfants. Certes, le monde des

---

<sup>472</sup> Manson, 2001, p. 18.

<sup>473</sup> Vincent, 2001, p. 24.

<sup>474</sup> *Id.*, 2001, p. 26.

adultes n'est pas très éloigné. Celui-ci s'en éloignera progressivement et durablement à partir de la Renaissance. C'est à partir de la vie de trois saints des XII<sup>e</sup> et XIII<sup>e</sup> siècles - Saint-Quentin et Sainte- Ysabel en France, Saint-Clément en Angleterre - , des célèbres chroniques de Jean Froissart mais encore et surtout d'images, soit d'enluminures et de tableaux (Albrecht Dürer, Jérôme Bosch) que Michel Manson reconstitue la place des jouets au Moyen Âge. La vision de l'enfance est symbolique si bien que les jouets marquent les âges de l'enfance et opposent distinctement les sexes : le cheval-bâton est associé aux garçons et les poupées aux filles. Le dernier point est le clivage existant entre les jouets destinés aux enfants pauvres et ceux réservés aux plus riches.

Sous l'effet de changements sociétaux et de théories philosophiques, sociales et éducatives influentes - celles du philosophe Jean Jacques Rousseau et de John Locke notamment - l'enfant, son corps et son identité seront redéfinis. L'intimité, l'affection et les besoins de l'enfant se restructureront – notamment par le rôle protecteur et bienfaiteur de la mère (le modèle) – jusqu'à aboutir au modèle de la cellule familiale du XVIII<sup>e</sup> qui par la suite se répandra dans le reste de la société. Évidemment, cette évolution n'apparut pas dans l'ensemble de la société aux mêmes époques, ni avec les mêmes intensités et usages. Néanmoins, le modèle de l'enfant qui a fini par s'imposer est celui de l'enfant qui bénéficie d'attentions nouvelles, de lieux domestiques inédits avec l'apparition de la chambre d'enfant, c'est-à-dire d'un lieu préservé, d'un terrain de jeux dont il est en quelque sorte le propriétaire. Il y entreposera et animera ses jouets dont le commerce connaissait une forte croissance.

Principalement lié aux enfants de la bourgeoisie urbaine, le commerce reprit de l'ampleur au XIII<sup>e</sup> siècle. Lié à la nouvelle poussée urbaine de ce siècle, en relation aux lieux de pèlerinage et suite à des avancées techniques déterminantes comme le perfectionnement du four à bois au XIII<sup>e</sup> siècle, le commerce de jouets a fleuri et s'est organisé entre les fabricants et les vendeurs avant que les merciers prennent la maîtrise du secteur. À la fin du XVIII<sup>e</sup> siècle, le commerce des jouets est bien implanté. En France, sa capitale Paris en est la plaque tournante : « À la veille de la Révolution, on a donc un marché du jouet largement international, qui pénètre les campagnes par les réseaux du colportage et s'implante dans les villes, et une diversité de gammes qui permet de toucher toutes les bourses ».<sup>475</sup> Avec l'industrialisation des sociétés, la production croît. Les entreprises se sont concentrées : la fabrication s'est mécanisée, les ateliers se sont modernisés et sont devenus des usines. Le prochain bouleversement du jouet sera son introduction aux rayons des grands magasins à la fin du

---

<sup>475</sup> Manson, 2011, p. 33.

XIXe siècle. Noël deviendra la fête des jouets et une orchestration majeure de la société dans laquelle l'Église fut actrice :

À l'origine collectives, ces fêtes de fin d'années laïques et religieuses deviennent au fil des siècles, plus familiales et plus centrées sur l'enfant. L'Église y joue un rôle. Le christianisme, à travers la célébration de la Nativité et de l'Épiphanie, contribue à donner une place plus centrale à l'enfant, aussi bien à Noël que dans la vie quotidienne. L'enfant Jésus devient le modèle et le symbole de l'enfance. Les cadeaux qui lui sont offerts par les Rois mages concourent à assurer une place croissante à l'enfant dans le Noël chrétien. L'Église explique que « le don du fils de Dieu pour sauver les hommes et le don symétrique des cadeaux des Rois mages à l'enfant né-donné sans commémorer par les dons [des parents] à leurs enfants ». Par analogie, et pour exprimer leurs remerciements les adultes peuvent (ou doivent) offrir des cadeaux aux enfants.<sup>476</sup>

C'est à cette époque que les catalogues et affiches publicitaires prirent leur essor. L'utilisation d'artistes renommés dans la fabrication d'affiches – pensons à l'artiste tchèque Alfons Mucha (1860-1939) – contribua au pouvoir d'attraction de l'image publicitaire. Le secteur continue sa structuration, par exemple avec la création en France d'une chambre syndicale en 1891. Le marché du jouet est dans une phase très féconde d'inventions. Le XXe siècle commence et la France s'autonomise vis-à-vis de l'Allemagne qui représente le grand pays du jouet dont elle dépendait fortement. Les nouveaux matériaux se succéderont dans la fabrication des jouets comme le caoutchouc et le celluloïd. La période suivant la seconde guerre mondiale sera le prochain essor du marché. Les maisons les plus importantes de France se fondent. Enfin, dans les années 1960 aux États-Unis et les années 1980 en France se mit en place ce que Gilles Brougère nomme « le nouveau régime du jouet » dont témoignent les jouets de la trilogie d'animation *Toy Story*.

---

<sup>476</sup> Vincent, 2001, p. 38-39.

## 2. Le jouet contemporain : *Toy Story*, une histoire du jouet par les jouets

Suite à notre réflexion, la pertinence de recourir à un acteur ou une actrice du premier film en images de synthèse afin d'obtenir de plus amples informations s'est imposée à nous. L'objet le plus idéalement placé pour nous conter le jouet est en toute logique un jouet. N'étant plus en tournage depuis la fin de *Toy Story 3* sorti dans les salles obscures en 2010, le cow-boy Woody nous a fait l'honneur de répondre à nos questions par talkie-walkie interposés :

Le chercheur : Bonjour, et tout d'abord, nous vous remercions d'avoir répondu à notre demande. Nos questions seront brèves et votre liberté de parole sera totale. Aucun groupe industriel n'est impliqué dans la réalisation de cet entretien qui relie l'Europe à la Californie.

Le jouet : *Je vous en prie. Il est assez rare pour un jouet d'avoir l'opportunité de s'exprimer sur un sujet qu'il connaît pourtant bien.*

Le chercheur : Notre première question est celle de l'accessibilité du jouet ?

Le jouet : *Qu'entendez-vous exactement par accessibilité ? La manière dont les enfants peuvent nous manipuler ? Le prix d'achat ? L'âge avec lequel les enfants sont autorisés à nous regarder ?*

Le chercheur : Pardon pour l'approximation. Nous pensons à l'accessibilité sociale, c'est-à-dire le fait que le jouet soit aujourd'hui à la portée de toutes et tous.

Le jouet : *Andy est un garçon de la classe moyenne des États-Unis. Il vit dans une maison d'une banlieue typique. Donc pour répondre à votre question, je pense qu'en ce qui me concerne, je suis accessible. Il est évident que le prix à l'achat de certains de mes produits peut être élevé mais en prêtant attention aux réductions, aux offres et en se rendant dans les vides-greniers nous sommes à la portée de toutes les bourses. Et puis, je ne vous cite même pas le site web ebay sur lequel des millions de jouets sont mis aux enchères !*

Le chercheur : Merci. Notre deuxième question porte sur votre lieu de vie ? Que pouvez-vous nous dire de vos temps de jeux avec Andy ?

Le jouet : *En votre qualité de chercheur vous niez la véracité des aventures extraordinaires des trois films *Toy Story* et vous avez raison ! Malheureusement en effet, loin de la ville et de ses tumultes, la chambre d'Andy a été le théâtre principal de nos jeux. Il nous est bien sûr arrivé de jouer dans le reste de la maison ou dans le jardin. Il y avait aussi les vacances. Quant à la place à laquelle je suis rangé, elle est très souvent changeante : sous le lit, sur le sol, dans l'étagère ou dans le coffre. Nous, pendant que les enfants sont à l'école, la chambre nous appartient mais il est préférable de se souvenir de l'emplacement où notre propriétaire nous a laissé.*

Le chercheur : Est-ce qu'Andy vous a souvent prêté à d'autres enfants ?

Le jouet : *Presque jamais. Andy jouait toujours seul avec nous. Vous savez, au regard de mon expérience de Cow-boy, les enfants d'aujourd'hui ne sont malheureusement plus ceux des années cinquante. Avec l'arrivée de la télévision et l'importance prise par la sphère privée qu'est leur chambre d'enfant, la possibilité pour nous de jouer à l'extérieur a diminué. Et puis, les enfants d'aujourd'hui sont beaucoup trop gâtés et semblent plus individualistes. Pour nous, c'est assez ironique puisque cette*



*économie est bienfaisante et rentable !*

Le chercheur : Pouvez-vous maintenant nous parler un peu de la matière de votre corps et de celles de vos camarades ?

Le jouet : *Cette question est un peu indiscreète. Elle me rappelle ces enfants qui nous torturent, nous tordent les bras et déchirent nos tissus ! En ce qui me concerne, je resterai pudique. Un cow-boy garde son intégrité physique mais de manière générale, je dirais que les jouets d'aujourd'hui sont surtout en plastique. Le tissu n'a pas disparu mais cela concerne plus les jouets de filles. Et puis, les composants électroniques sont de plus en plus nombreux avec toutes ces créatures venant de l'espace et ces robots. Je crois que ce sont les jouets japonais qui excellent en la matière.*

Le chercheur : Vous faites la transition idéale. Notre prochaine question porte sur les univers et les genres de jouets ?

Le jouet : *Il y a de tout. N'avez-vous pas observé cette diversité dans les films d'animation dont je suis le héros ? Ne me dites pas que mes DVD ne font pas déjà partie de votre cinémathèque ! Cette diversité est pourtant évidente. Si le nombre total de jouets de la trilogie m'échappe, nous retrouvons des poupées, des licornes, des peluches, des dinosaures, des voitures télécommandées, des petits soldats, des requins en plastique, des ardoises magiques, des cochons-tirelire, des radios, des figurines, des chevaux, des chiens-ressort, des figurines de combat, des petites voitures et même des rangers de l'espace avec Buzz l'éclair.*

Le chercheur : La concurrence est donc très forte dans le milieu des jouets ?

Le jouet : *Disons que certains s'en sortent mieux que d'autres. La poupée Barbie n'a pas pris une ride, les voitures, toupies et figurines sont encore présentes. Les jeux de société sont également très populaires auprès des enfants, et ce, pour notre grand malheur. Sinon, je crois savoir qu'en Europe les Playmobil et les Lego sont populaires depuis plusieurs décennies. Cela dit, le marché du jouet est impitoyable, même pour les cow-boys de ma trempe ! Avec le marché chinois en pleine expansion et les délocalisations, les jouets se sont retrouvés au centre d'intérêts économiques démesurés afin de satisfaire l'enfant au centre de toutes les attentions. Nous, notre intention est simple : on ne demande qu'à jouer ! Malheureusement pour certains, ils ne restent que très peu de temps dans la chambre avant de disparaître dans un coin ou d'être jetés dans une poubelle. C'est aussi une question de qualité.*

Le chercheur : Je m'excuse à l'avance de la prochaine question. Nous savons que c'est un thème sensible chez les jouets. Que représentent pour vous les fêtes d'anniversaire et la fête de Noël ?

Le jouet : *Pour nous autres qui avons un foyer, ce sont des moments de l'année assez stressants. Le pire est la fête de Noël. Les enfants sont impatients, les grands magasins veulent vider leurs rayons. Il faut savoir qu'ils réalisent environ quatre-vingts pour cent de leur chiffre d'affaire annuel à cette période. Nous, pour nous préparer mentalement, on attend que les humains quittent la maison pour aller consulter les catalogues de jouets qui sont empilés sur une table. Il nous arrive régulièrement de déchirer les pages des catalogues trop menaçantes pour notre survie. On les consulte, on établit des listes des cadeaux probables sur notre ardoise magique et nous en discutons dans la chambre. Malheureusement, excepté cela, notre capacité d'action et de résistance est limitée. Nous ne sommes que des jouets !*

Le chercheur : Pourtant, vous vous servez de Razmotte dans *Toy Story 2* afin de sauver un camarade qui

allait être vendu à un vide-grenier ?

Le jouet : *Les chiens sont en effet nos alliés et à la vue de leur mâchoire, il est préférable de les avoir dans notre camp. Rappelez-vous le chien Scud dans le premier Toy story ! Oui, ma collaboration avec Razmotte a été très bonne. Les humains ont trop souvent tendance à les dénigrer et à les sous-estimer alors que ce sont des animaux sociaux intelligents avec lesquels le partenariat est fructueux. Lorsque Andy et ses parents n'étaient pas à la maison et que nous avions une pause sur le tournage Buzz l'éclair et Moi nous promenions souvent sur le dos de Razmotte : l'aventure était garantie...les puces numériques aussi !*

Le chercheur : Je suis ravi de vous entendre discourir de cette manière sur les chiens. Notre avant dernière question porte sur la mondialisation du jouet. En tant que Cow-boy américain, vous avez sans nul doute un avis sur la question ?

Le jouet : *Laissez-moi vous conter la scène de rencontre entre Buzz l'éclair et nous dans Toy Story. Elle est à ce titre plus qu'éloquente. Après que Mr Patate a demandé à Buzz l'éclair, tout juste arrivé dans la chambre, s'il vient de Singapour ou Hongkong, le dinosaure lui a répondu : « Eh bien moi, je viens de chez Mattel, enfin pas vraiment de chez Mattel, juste une petite compagnie qui s'est faite dévorer par une OPA, et enfin... »<sup>477</sup>. En tant que jouets, nous constituons des véritables symboles de la mondialisation de l'imaginaire reliés en plus d'être des icônes planétaires présentes sur les objets et les médias les plus divers. Moi, je suis fier d'être un personnage de jeu vidéo et d'avoir ma tête et mon chapeau de Cow-boy un peu partout ! Nous sommes des objets composites, des mosaïques ludiques.*

Le chercheur : Il est vrai que la scène de Toy Story dans laquelle vous découvrez que vous êtes un héros rend compte avec justesse de la modernité. Pour finir, nous allons conclure notre entretien avec deux questions. Nous aimerions tout d'abord entendre votre avis et vos impressions sur la trilogie *Toy story* et deuxièmement, l'importance d'intégrer le jouet à la recherche scientifique ?

Le jouet : *Pour moi, alors que personne ne croyait en nous excepté nos créateurs et créatrices, le résultat artistique est tout simplement extraordinaire. J'ai fait des rencontres inoubliables et j'ai réussi à éviter de terminer dans le feu de la décharge dans Toy Story 3. L'histoire se termine sur un happy end. J'étais bien sûr très honoré d'avoir été doublé par la voix du grand acteur américain Tom Hanks. Quant au film, il montre de manière assez lucide, sensible, drôle mais aussi tragique ce qu'est la vie d'un jouet dans nos sociétés. Vous savez, la vie d'un jouet n'est pas toujours facile. C'est pourquoi, je pense que vous avez eu raison de regarder nos aventures. Elles combinent la technique la plus moderne de l'animation avec ce que les enfants imaginent dans la pratique ancienne du jeu et le maniement des jouets. En ce qui concerne la science, j'espère juste que les chercheurs nous prennent au sérieux. De toute façon, avant de se plonger dans leurs livres et leurs bibliothèques, les professeurs d'université ont eux aussi été des enfants, n'est-ce pas ? Afin de préparer notre entretien, je me suis documenté sur la recherche sur le jouet dans votre pays. À ma grande stupéfaction, les scientifiques les plus compétents sembleraient avoir gardé une âme d'enfant. J'ai noté une citation de Gilles Brougère sur une feuille. La voici : « En somme, le jouet est bien cet objet bavard car révélateur des modifications profondes de notre culture au-delà de celle des enfants. Encore faut-il le prendre au sérieux. Or il s'évertue à nous faire croire qu'il n'est que frivolité. Mais n'est-ce pas dans la frivolité que les sociétés se révèlent le*

---

<sup>477</sup> Le film d'animation *Toy story*, Disney Pixar, 1995, (à la 16ème minute).

*mieux ? ».*<sup>478</sup>

Le chercheur : On ne pouvait pas finir mieux notre entretien que par une citation de Gilles Brougère et le mot « frivolité ». Cette curiosité scientifique est tout à votre honneur. Votre talent d'acteur s'est vérifié une fois de plus. Je vous remercie de votre aimable participation et du temps que vous nous avez consacré.

Le jouet : *En ma qualité de jouet, je vous remercie également en vous disant que tout le plaisir du jeu était pour vous !*

Fin de l'entretien

La frivolité de l'histoire n'exclut pas la rigueur et le recours aux spécialistes de l'histoire des jouets. En ce qui concerne leur fabrication, des éclaircissements historiques sont apportés par Helmut Schwarz, directeur du *Spielzeugmuseum* (musée du jouet) de Nuremberg, la capitale du jouet allemande. Son analyse de la place centrale de Nuremberg au sein du marché du jouet dévoile les dessous omis de leur fabrication à la fin du XIXe siècle. Cette réalité ne correspond pas à la nostalgie que peut revêtir notre approche actuelle. Elle s'en éloigne :

Le travail à domicile était une zone d'ombre de l'économie capitaliste : aucune statistique ne le recensait, aucune loi ne le réglementait, aucune organisation ne s'intéressait aux femmes et aux enfants travaillant dans l'isolement de leurs cuisines et greniers. Les intérêts économiques y régnaient en maîtres absolus. C'est ainsi que le fabricant des plats d'étain Wilhelm Heinrichsen, qui employait une multitude de femmes à la peinture des figurines, reconnu sans ambages, en 1889, « qu'une grande partie de l'industrie allemande du jouet reposait uniquement sur les bas-salaires de la main d'œuvre féminine ».<sup>479</sup>

Cette réalité historique trouve un écho à notre époque. Il s'agit d'une nouvelle tendance qui est un moteur de la mondialisation, à savoir le passage du « Made in Germany » au « Created in Germany ». Les jouets sont pensés et conçus en Allemagne mais fabriqués en Chine ou Europe de l'Est. Au XXIe siècle, la hotte du Père Noël s'est définitivement internationalisée, globalisée et polarisée. Elle se conforme à la fabrication des jouets.

L'industrialisation a-t-elle transformé les jouets en marchandises ? Si oui, quelles en sont les conséquences directes ? C'est le terrain de recherche du spécialiste canadien des médias Stephen Kline.<sup>480</sup> Selon lui, en lien à la construction historique de l'enfance, le jouet participe à notre modernité dans laquelle une nouvelle représentation de l'enfance est érigée. À la

---

<sup>478</sup> Brougère, 2003, p. 407 (les dernières phrases).

<sup>479</sup> Manson, 2011, p. 41.

<sup>480</sup> Stephen Kline, « Le jouet, une simple marchandise ? », dans Bruno Girveau et Dorothée Charles (éd.), *Des jouets et des hommes*, Paris, 2011, p. 44–51.

caractéristique de l'uniformisation du jouet que produit l'ère industrielle, et à un artisanat à la fin du XIXe siècle qui produit des poupées de grande qualité et sophistication, le raz de marée ludique du XXe siècle viendra des États-Unis. Stephen Kline reprend l'analyse faite par Eric Clark sur le bouleversement amené par l'industrie du jouet américain dans la production. L'innovation a concerné les nouveaux matériaux, procédés et types de jeux. Des études de marché étaient systématiquement effectuées et la publicité devenait centrale. Le jouet devenait un bien de consommation à part entière empreint de culture populaire. Aujourd'hui normalisée, l'émergence de la fiction populaire américaine du cinéma, des magazines et des comics dans la fabrication de jouets est à situer dans les années 1930 avant que le phénomène ne s'amplifie avec la télévision, son détournement ou son parasitage :

Selon ces premiers commentateurs, l'introduction de la télévision dans les foyers américains annonçait pour les masses une nouvelle époque des Lumières, de la même manière que le jeu était désormais associé aux progrès de l'éducation. Mais ce pronostic optimiste sur l'évolution de la culture enfantine s'est bientôt heurté à la main invisible du marketing, qui a peu à peu infiltré la production et la promotion des articles de loisirs destinés aux enfants. Le tout par l'intermédiaire de la télévision (...). Les entreprises de l'alimentaire, du jouet et des médias, s'adressant aux enfants en tant que futurs consommateurs plutôt que citoyens, ont fait exploser leurs investissements en marketing adressé aux enfants.<sup>481</sup>

Dans la trilogie *Toy Story*, la télévision est une clé scénaristique : Buzz l'éclair y découvrira sa véritable identité (*Toy Story 1*), le Cow-boy Woody, qu'il est en réalité un jouet recherché par des collectionneurs car tiré d'une série télévisée des années 1950 (*Toy story 2*) ! Toutefois, à la systématisation instantanée du lien, et aux logiques industrielles et marketing en puissance, une analyse au cas par cas demeure utile. En France, la série télévisée à succès *Belle et Sébastien*, excepté une peluche du chien Belle de la société Belly en 1966, la série sera davantage adaptée sous forme de disques, roman-photo et cartes postales. C'est ce que nous avons vu dans le chapitre consacré à la littérature de jeunesse. Cette situation est différente de celle du chien Pollux à l'accent anglais si charismatique de la série française *Le manège enchanté* diffusée sur l'ORTF à partir de 1964. Pollux a connu une carrière de jouet. Au départ, il était secondaire et c'est le succès remporté auprès des enfants qui a incité les réalisateurs à le mettre au centre des scénarios. Son parcours est comparable à celui d'Idéfix apparu en 1963 dans la bande dessinée Astérix publiée dans le journal *Pilote* (numéro 179).

---

<sup>481</sup> Stephen Kline et Jacqueline Botterill, « Médias et marketing des jeux et jouets », dans Gilles Brougère (éd.), *La ronde des jeux et des jouets. Harry, Pikachu, Superman et les autres*, Paris, 2008, p. 119–139, ici p. 119.

Premièrement secondaire et anecdotique, le chien avait été plébiscité par les enfants qui ont envoyé du courrier afin de connaître l'identité de ce chien blanc inconnu. C'est suite à un concours lancé que son nom lui fut attribué.<sup>482</sup> À l'origine, le jouet Pollux a été un jouet expérimental. La fabrication du chien fut l'occasion de tester deux nouveautés qu'étaient le moulage du latex en une seule pièce et la création pour son long pelage synthétique d'une nouvelle machine. Les années qui suivent verront de très nombreux jouets fantaisie et des éléments de mobilier être recouverts de cette peluche synthétique aux couleurs variées. En 2008, une nouvelle version entièrement en 3D (trois dimensions) de la série coproduite entre la France et l'Angleterre a été diffusée, peut-être une nouvelle source de création de jouets et objets en tous genres ! En France, ce n'était pas le premier coup d'essai du jouet sur le petit écran. Peu avant, la première série de *Bonne nuit les petits* (1962-1973) créée par Claude Laydu avait autorisé la fabrication de jouets en 1964. Ce sont ces produits dérivés qui permirent de financer l'émission en difficulté financière ! Nous précisons que *Bonne nuit les petits* a été créée suite à la lecture par son créateur de « L'homme au sable » dans un recueil de l'écrivain allemand E.T.A Hoffmann qui avait lui-même inspiré le concept de « l'inquiétante étrangeté » de Sigmund Freud.

### 3. Les jouets à l'âge des medias : mes jouets, ces héros...

Si Roland Barthes déplorait aussi bien le plastique que la dépossession du jouet à l'enfant créée par l'uniformisation moderne, l'évolution des jouets en lien aux médias montre la croissance au cours du XXe siècle de leur personnalisation. Les jouets sont identifiables et existent en dehors de l'objet : les jouets sont munis d'un visage et d'un corps connus. Le cinéma et la télévision notamment ont reconfiguré l'objet de l'enfance. La place des héros et héroïnes au sein des jouets et des objets est importante. Les catalogues de jouets actuels contiennent des espaces qui leur sont réservés - par exemple « Comme les héros » ou « Les héros de jeux vidéo » - en plus de les avoir disséminés au hasard des pages. De plus, cette présence ne se limite pas à l'exportation de produits en provenance des États-Unis et du Japon.

---

<sup>482</sup> Nicolas Rouvière, « Idéfix une figure paradoxale », dans Éric Baratay et Philippe Delisle (éd.), *Milou, Idéfix et Cie. Le chien en BD*, Paris, 2012, 140-155.

Avant leur émergence, les jeux et jouets se sont principalement basés sur les contes de fées alors que dans le même temps leur transmission par l'oral déclinait. Les jouets ont matérialisé les personnages de fiction. Si en ce qui concerne les jouets la trilogie d'animation *Toy story* nous est précieuse, ce sont les quatre films d'animation parodiques *Shreck* de Dreamworks (2001, 2004, 2007, 2010) qui symbolisent ce primat encore actuel des contes de fées, de la tradition orale et littéraire dans nos cultures au XXI<sup>e</sup> siècle. En phase avec son époque multimédiatique, les personnages des contes de fées détournés par *Shreck* ont été adaptés en jeux vidéo, peluches, figurines, jouets, cartes à jouer, etc. Par la suite, les jouets s'attacheront aux héros et personnages de l'histoire comme les aviateurs ou les soldats et à la presse enfantine au début du XX<sup>e</sup> siècle avec *La semaine de Suzette* (1905), *Fillette* (1909) et *L'Épatant* (1908) avant *Le Petit vingtième* (1925) pour la Belgique, *Le journal de Mickey* (1934) ou *Spirou magazine* plus tardivement. Les produits dérivés de Bécassine, Babar ou Spirou ont eux aussi proliféré dans les boutiques.<sup>483</sup> Parallèlement, ce sont les héros en provenance des États-Unis, qu'ils soient des proches de Mickey Mouse, des héros de la bande dessinée tel *Félix le chat* ou des super-héros créés dans les années trente qui ont été déclinés. Le merchandising créé autour du héros de Comics Superman aux États-Unis fut colossal. Aujourd'hui encore, le journaliste à la cape rouge se retrouve dans les catalogues de figurines *Schleich*, les séries de dessin animé, les adaptations cinématographiques, les jeux vidéo, etc. L'arrivée de la télévision fournira un lot supplémentaire de personnages charismatiques avant de subir un revirement significatif avec l'entrée sur scène déterminante et irréversible du Japon dans les univers de l'enfance. À la fin des années 1970, les héros des dessins animés et des feuilletons de télévision évoluent dans des mondes plus vastes qui forment de véritables univers. Les productions se mondialisent et puisent à des sources variées qui fusionnent entre elles. On passe ainsi des mangas japonais à la mythologie grecque, des récits de chevalerie et de science-fiction à la magie, sans oublier les reprises de bandes dessinées américaines.

Les années soixante-dix et quatre-vingts vont transformer le jouet de l'intérieur. Le revirement relationnel entre les jouets et la télévision est le suivant : les jouets, après avoir été des produits dérivés de programmes télévisés, seront désormais à l'origine de programmes. Cela signifie que des dessins animés ont été conçus afin découler les jouets. Les dessins animés sont d'ailleurs communément appelés les « publicités de trente minutes ». Les dessins animés deviennent une vitrine marchande, une sorte de publicité animée narrative. Le deuxième point est que dès le départ, les jouets font partie intégrante de l'œuvre. En effet,

---

<sup>483</sup> Pascal Forneri, *Spirou, l'aventure humoristique*, 2013, 53 min.

depuis *Blanche Neige et les sept nains* (1937)<sup>484</sup> et surtout la première trilogie *La guerre des étoiles* (1977-1983), les produits que l'on appelle *dérivés* se sont transformés en des éléments constitutifs de la construction de l'histoire de l'œuvre cinématographique. Le terme dérivé s'avère donc être trompeur. Les propos suivants jonglent entre clairvoyance et cynisme :

Citant différents témoignages, Biskind souligne la perspicacité avec laquelle Lucas envisage son projet de film, le public visé et l'intérêt tout particulier que ce dernier manifeste pour la diversification sous forme de jouets : « George ne faisait en effet cette fois aucune allusion sur la « qualité artistique » de son film. L'enjeu n'était pas là. « Je vais faire le film le plus conventionnel qui soit, avoua-t-il alors. Un Disney. Les Disney rapportent toujours 16 millions de dollars, mon film va donc rapporter 16 millions de dollars. Il en coûtera 10. Mais on fera une bonne marge sur les produits dérivés ». <sup>485</sup>

Les coûts de production de plus en plus élevés des films trouvent un débouché financier avec la vente de produits dérivés. Une partie des recettes des ventes a financé une partie du deuxième Opus de *La guerre des étoiles*. En ce qui concerne *Toy story*, les propos de Gilles Brougère qualifiant les personnages de *Toy Story* de jouets et non de personnages ont trouvé un écho dans la réalité. Les jouets des histoires de Pixar et Disney se sont transformés en véritables jouets : « Un consultant en marketing a dit à propos du film : Comment un enfant, assis devant un film d'une heure et demie mettant en scène une foule de jouets reconnaissables à l'œil, pourra ne pas vouloir en posséder un ? » Pourtant, les produits dérivés et les jouets n'ont pas d'emblée séduit les fabricants ». <sup>486</sup> Les géants de Mattel et Hasbro n'ont pas été visionnaires puisqu'en 2007, plus de 25 millions de figurines avaient été vendues.

Pour le chercheur, étudier le jouet nécessite la prise en compte des mécanismes industriels et commerciaux plus globaux. En effet, l'industrie du jouet américain des années 1960 doit être contextualisée : l'industrie du jouet est directement reliée à l'industrie américaine. Les moyens d'implantation du jouet ont augmenté avec leur insertion dans de gros conglomérats qui leur ont délivré des capitaux financiers et des stratégies commerciales d'une portée

---

<sup>484</sup> « Une fois assurée la situation de ses studios grâce au succès de Mickey, Walt Disney orchestre la réapparition d'anciens héros dans ses longs métrages (...). La sortie de *Blanche neige et les sept nains*, adapté des contes des frères Grimm, marque le début de l'exploitation systématique des produits dérivés du cinéma vers le public des enfants (...) Quelques années plus tard, Walt Disney développera ce système avec la télévision », (Jeanne Damamme, « Du chat botté à Buzz l'éclair, héros de l'enfance », dans Bruno Girveau et Dorothee Charles (éd.), *Des jouets et des hommes*, Paris, 2011, p. 70-77, ici p. 74).

<sup>485</sup> Peter Biskind, *Le Nouvel Hollywood*, Paris, 2006, p. 343, cité dans Alexis Blanchet, *Des pixels à Hollywood. Cinéma et jeu vidéo, une histoire économique et culturelle*, Châtillon, 2010, p. 122. Pour une analyse du phénomène *Star Wars*, se reporter au chapitre « Lucasfilm/LucasArts: développement et accompagnement intermédiatique d'une saga cinématographique » p.115-140.

<sup>486</sup> Bruno Girveau et Dorothee Charles (éd.), *Des jouets et des hommes*, Paris, 2011, p. 268.

nouvelle. La situation des entreprises de jouets est comparable à celle des entreprises du cinéma : « Enfin, les grandes entreprises américaines du jouet ont fait l'objet de rachats par de puissants groupes alimentaires en recherche de diversifications comme General Mills, Quaker Oats, Nabisco, etc. »<sup>487</sup> Cette puissance commerciale a ouvert les portes de l'Europe. Ce n'est donc pas un hasard si par la suite, la promotion du jouet transite par l'alimentaire afin d'atteindre sa cible. La promotion de jouets qui se constitue par les publicités et séries animées dédiées s'exprime aussi dans les publicités liées à l'alimentaire diffusées à côté des programmes télévisés. La déréglementation de la télévision américaine de l'époque Reagan a désenclavé et transformé le jouet. La délimitation tranchée entre les programmes télévisés et les publicités s'est effritée : « La distinction entre publicité et programme, jadis considérée comme essentielle à la protection du consommateur, s'est évaporée. Pour les critiques, la nouvelle dynamique d'une commercialisation déréglementée – ciblage selon le sexe, flux d'audience, synergie marketing – contribue au pouvoir des marques... »<sup>488</sup> Mais qui sont donc ces héros et héroïnes que l'on trouve partout ?

Il y a eu Félix le chat apparu en 1919 dans le film muet d'animation intitulé *Feline Follies*. Il a rapidement été adapté en comic Strip, puis en peluche par la Dean's Rag Books Company qui a produit des peluches ainsi que des poupées tirés de bandes dessinées et de la littérature. Créée en 1926, la première peluche de Winnie l'ourson ne date que de 1987 après avoir été adaptée dans la presse et plus tard en dessin animé après le rachat par Walt Disney en 1966. Créé en 1930, l'éléphant *Babar* s'est vu adapté à la télévision par Télé-Hachette qui produit la série *Les aventures de Babar* en 1968. En 1969, des peluches seront mises sur le marché par le fabricant de peluches et poupées français Clodey. Nous pourrions multiplier les exemples à l'infini avec Davy Crockett, le chasseur d'ours originaire du Tennessee qui n'avait peur de rien, le robot Goldorak, La guerre des étoiles, Les tortues Ninja, Les Transformers, Charlotte aux fraises, Les Bisounours, Les Teletubbies, les Pokémon, Dora l'exploratrice, Super Mario, etc. Ces licences incontournables et envahissantes dans le marché du jouet procèdent d'une logique de saturation de l'espace de l'enfant. Dans le cas du puissant groupe Disney, Pierre Bruno, en analysant les mécanismes du modèle économique, montre que la production cinématographique participe à l'expansion des groupes : « En 10 ans, de 1984 à 1994, Disney augmente sa production annuelle de 2 à 60 films, assurant à lui seul le quart de la production cinématographique américaine. En 1985, les studios Disney investissent plus en une seule

---

<sup>487</sup> Blanchet, 2010, p. 141.

<sup>488</sup> Kline et Botterill, 2008, p. 129.



année que durant les cinquante années précédentes, en fait depuis les premiers films en couleur [...] ». <sup>489</sup> Face à un groupe puissant tel que Disney qui règne d'une main de souris gantée sur le monde, le combat ne se fait pas à armes égales. Le pouvoir de l'image sur le destin du jouet est important. La représentation par l'image des héros de l'histoire est nécessaire. Elle est plus évocatrice que les mots. Avant de coloniser l'espace social, les mots des romans contant les aventures du sorcier Harry Potter ont dans un premier temps transité par le cinéma. <sup>490</sup> Le succès du jouet médiatique signe le primat de l'image sur les mots et sa victoire.

Nous terminerons par parler des changements et ajustements occasionnés sur le personnage lors de ce passage médiatique et les évolutions de représentations. La première peluche de Félix le chat se rapproche du personnage (les membres sont souples et fins, les oreilles sont pointues, etc.) mais dans les années 1950, le corps du chat a été transformé et adouci. Félix est plus petit, s'est arrondi et son sourire est moins carnassier. Cette tendance est générale et une fois le héros identifié, la phase d'appréhension de l'évolution de sa forme met à disposition les tendances et évolutions dans les sociétés. Depuis leurs débuts, Félix le chat, Mickey, Winnie l'ourson, Pluto et Donald ont un corps qui s'est d'une part arrondi et d'autre part élargi en une version bébé, c'est-à-dire une miniaturisation. Pour le chercheur, le terrain de recherche servirait de laboratoire dans lequel l'évolution des corps des créatures de fiction serait étudiée, ce qui permettrait alors de constater les changements survenus de manière latérale dans les médias et de les confronter. Les héros et héroïnes de licence sont une pâte à modeler que les mains des medias manipulent. Une même pâte à modeler est préparée selon différentes recettes (la bande dessinée, le jouet, le jeu vidéo) et a pour fonction d'augmenter les recettes (les profits). <sup>491</sup>

---

<sup>489</sup> Bruno, 2008.

<sup>490</sup> Brougère, 2003, p. 201.

<sup>491</sup> « Les ventes de jouets sont passées de 4 à 6 milliards de dollars aux États-Unis entre 1982 et 1986, mais ce sont les ventes de jouets sous licence (figurines, peluches et poupées à la mode) qui ont augmenté le plus rapidement, de 20% en 1977 à environ 70% des 18 milliards de dollars du marché américain du jouet en 1992 ». Ce sont les chiffres de la revue professionnelle *Playthings* (1992) cités dans Kline et Botterill, 2008, p. 127.

#### 4. Les jouets des filles et des garçons

L'étude de la sociologue Sandrine Vincent nous révèle que les enfants, selon leur propre perception, seraient fortement influencés dans leurs choix de jouets par les catalogues : ils sont ainsi 45,1% à déclarer que ce sont les catalogues qui ont le plus grand impact sur leurs choix en matière de jouets, loin devant les publicités télévisées (23,5%), les magasins de jouets (17,1%), les amis (7,5%), les parents (6,5%) et les frères et sœurs (0,3%). Force est de constater que l'impact des catalogues de jouets ne peut que s'étendre au-delà de la transmission d'un désir conscient de possession d'un objet, compte tenu de la multitude de valeurs qui sont diffusées « silencieusement » au fil des pages ». <sup>492</sup>

Lors de notre entretien, le Cow-boy Woody nous avait avertis de la dangerosité des catalogues de Noël. L'impact sur les enfants de ces catalogues de jouets, notamment à la période de Noël, est conséquent. Les images des catalogues peuvent d'ailleurs être découpées et collées dans les lettres envoyées au Père Noël. Que nous enseigne la trilogie *Toy Story* à ce propos ? Pour Disney et Pixar, avant d'avoir lancé les voitures de *Cars* en 2006 et 2011, les personnages masculins de *Toy Story* étaient une tentative de percer sur le marché du jouet pour garçons. En effet, ce n'est qu'avec *Toy Story 2* que des personnages féminins sont apparus. Dans *Toy Story 3*, le garçon Andy est âgé de 17 ans. Ses jouets, délaissés par le jeune homme, tentent d'attirer son attention en faisant sonner son téléphone portable placé intentionnellement dans le coffre à jouets. Un échec ! Les jouets décident donc de se rendre dans une maternelle afin d'éviter la poubelle mais leur séjour tourne à la maltraitance lorsque que placés chez les tout-petits du lieu, la marchandisation du jouet de nos sociétés s'exerce sur eux : ils sont littéralement brutalisés par la nouvelle génération d'enfants ! Après avoir pris la fuite de la maison de retraite déchue qu'est la maternelle et avoir échappé aux flammes de l'enfer de la déchetterie - c'est l'avant-dernière scène d'action du film d'animation - , les jouets de *Toy Story* arrivent à retourner chez Andy. Raisonnable et sensible, Andy décide alors de les « transmettre » à une petite fille jugée comme sachant jouer. En bon film Disney, l'histoire des jouets se conclut avec émotion sur la transmission des jouets, c'est-à-dire sur un acte qui satisfait toutes les parties concernées : le jeune homme peut se séparer de ses jouets par une transmission et non un abandon. Les jouets ne terminent ni au grenier ni aux ordures ni au musée ni au marché aux puces. Ils sont transmis ensemble à une petite fille et continueront d'être des jouets : ils seront possédés et animés. Enfin, la petite fille qui hérite de nouveaux amis de jeu. Ainsi, à la fin de la trilogie *Toy Story*, Andy transmet ses jouets à une petite fille : faut-il dès lors y voir

---

<sup>492</sup> Mona Zegaï, « La fabrique des genres à travers le jouet », dans *Chantiers Politiques*, n° 6, 2008, p. 112-120, ici p. 114.

une métaphore de la féminisation, voire la féminisation du marché du jouet ou simplement, que contrairement aux garçons, l'accès des petites filles aux jeux et jouets du sexe opposé est plus aisé ? Entre 1995 et 2010, Disney et Pixar auraient-ils intentionnellement féminisé les jouets et les joueurs ? Comment comprendre que le cow-boy Woody renonce à finir sa vie de jouet dans une illustre collection d'un musée de Tokyo (*Toy Story 2*), pour terminer dans les bras d'une petite inconnue afin de survivre ?

La question du genre, présente dans les chapitres précédents de notre recherche, comporte celle de la discrimination et la soumission. Cette question est épineuse et semble figée dans le temps. Le dualisme fort entre les poupées destinées aux filles et les soldats voués aux garçons revêt les habits de la normalité. Pourtant, l'universalisme et la persistance d'objets que l'on retrouve dès l'Antiquité n'est aucunement une linéarité établie. L'objet qu'est le jouet doit être contextualisé pour être saisi dans sa temporalité : « Au-delà des ressemblances formelles qui s'inscrivent dans la longue durée (hochet, poupée, chariot...), les jouets possèdent une dimension culturelle qui doit être patiemment reconstituée. Replacés dans le lieu et l'époque de leur production, ils témoignent du rôle de l'enfant dans la société gréco-romaine, des compétences attendues des filles et des garçons, ainsi que des étapes de leur croissance, marquée par de nombreux rites et fêtes ». <sup>493</sup> L'objet qu'est le jouet nous parle de sa société mais surtout de l'enfant qui le manipule : les garçons et des filles. Qu'en est-il de l'enfant d'aujourd'hui ?

En ce début de XXI<sup>e</sup> siècle, le clivage entre les univers de garçons et de filles se visualise en deux couleurs : le bleu (foncé) et le rose (et violet). Les photographies de la série « The Pink and blue Projekt » débutée en 2005 de l'artiste coréenne Jeong Mee Yoon présentant des enfants au milieu de leurs jouets en est l'expression visuelle la plus poussée. L'idée lui est venue de sa propre vie, plus précisément du goût très prononcé de sa fille de cinq ans pour le rose <sup>494</sup>. Au regard des photographies, l'effet visuel qui en ressort est saisissant. On est saisi par le nombre d'objets possédés par un enfant d'une part, par l'unité de couleur et de ton de cette multitude de l'autre, enfin par la régularité de l'opposition par l'objet entre garçons et filles. La netteté avec laquelle la globalisation culturelle des univers culturels des enfants est montrée dans ces clichés photographiques par la sexualisation de l'objet des univers d'enfants est saisissante. Il y a d'un côté le bleu du garçon avec du football, des super-héros (Batman,

---

<sup>493</sup> Dasen, 2011, p. 53.

<sup>494</sup> Les photographies de la série sont présentées sur le site web officiel de l'artiste <http://jeongmeeyoon.com> consulté le 24.09.2013. Il est à noter que d'autres séries de photographies de cette artiste portent sur les animaux : les séries *Zoo* (1998-1999) et *The Natural History Museum* (2002).

Superman), de la technique, des trains, des robots, des figurines, de la guerre, de l'industrie et du chantier. Il y a de l'autre, les princesses Disney, Barbie, Hello Kitty, les robes, les soins, les paillettes, le journal intime, etc. Ensuite, l'omniprésence des licences renforce la binarité et l'opposition des univers : Spider-man Versus Hello Kitty ! Les deux couleurs et tons (le foncé s'oppose au clair) renvoient à deux identités et registres opposés ou complémentaires avec d'un côté les futures princesses et maman et de l'autre les guerriers et ingénieurs. À ce titre, les deux photographies de la collection qui mettent en scène, l'une une femme adulte et l'autre un bébé, annoncent que cette dualité commence tôt pour perdurer !

Comme le remarque Elena Gianini Belotti, « Les marchands de jouets savent très bien que la personne qui achète un jouet pour l'offrir pense toujours au sexe de l'enfant. Il est vrai qu'à la demande typique : « Je voudrais un jouet qui convienne à un enfant de deux ans » ils répliquent : pour un petit garçon ou pour une petite fille ? ». <sup>495</sup> Dans le démantèlement qu'elle opère des conditionnements sociaux dont sont victimes les filles, Elena Gianini Belotti consacre un chapitre au jeu, aux jouets et à la littérature enfantine. La normalité de la question du vendeur de jouets n'étonnera personne malgré les quarante années qui se sont écoulées entre 1974 et aujourd'hui.

Dénoncés par les groupes féministes, les jouets, au même titre que la littérature de jeunesse, la bande dessinée, la presse, le cinéma, le dessin animé et la publicité d'aujourd'hui restent sourds aux critiques. Les photographies de l'artiste coréenne nous signalent même une potentielle expansion de cette dichotomie. En effet, alors que les briques Lego et les figurines de Playmobil apparaissaient plutôt comme neutres, des gammes spécifiques destinées aux jeunes filles ont été récemment lancées. L'œuf Kinder surprise s'est revêtu de rose afin de cibler les jeunes filles en leur destinant des surprises destinées. C'est le triomphe des Princesses de Disney (Blanche Neige, Cendrillon, Belle, Jasmin), de Hello Kitty et plus récemment de la petite amie rose de la souris de Disney *Minnie* dont l'offre marchande est en pleine croissance (jouets, magazines, vêtements). Les poupées mannequins (Barbie, Bratz, Monster High, Winx...) ainsi que celles de Dora l'exploratrice du dessin animé structuré comme un jeu informatique ludo-éducatif sont omniprésentes : « Depuis 2000, Dora a rapporté plusieurs milliards de dollars, conquis 75 pays et est devenue une des premières licences en France ». <sup>496</sup> Du côté des petits garçons maintenant se trouvent les guerriers, super-héros, aventuriers, sportifs, chevaliers, chasseurs de monstres et les dresseurs de dragons. La sectorisation du jouet facilite le choix à l'achat : « Alors que, depuis les années 1970, les

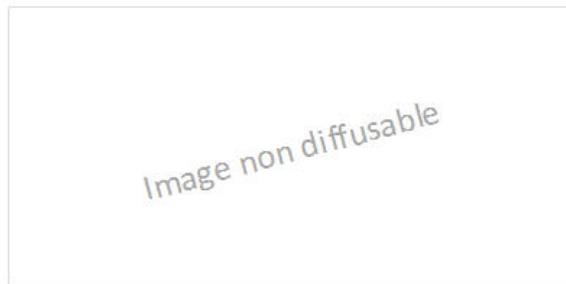
---

<sup>495</sup> Elena Gianini Belotti, *Du côté des petites filles*, Paris, 1976, p. 113.

<sup>496</sup> Girveau et Charles, 2011, p. 261.

mouvements féministes révèlent des inégalités sexuées et manifestent pour une égalité entre homme et femme, ces discours et prises de positions n'ont eu presque aucun écho dans le monde du jouet ». <sup>497</sup> Il semblerait que les jouets rient au visage des critiques en compagnie des chiens.

### Illustrations 3



Le chihuahua de *Chi Chi Love* n'est pas destiné aux garçons

L'opposition entre le bleu du policier masculin et le rose de la princesse que nos jouets modernes intensifient ne correspond pas à un état de fait figé dans l'histoire, bien au contraire. C'est au XXe siècle que le bleu, lié à la féminité, s'est progressivement masculinisé. Quant à la couleur rose, elle est symboliquement plus liée à la masculinité. Dans les années cinquante, époque à laquelle les catalogues de jouets sont imprimés en couleur, elle deviendra un code de classification. En 1955, le catalogue Bon marché proposait du bleu dans les pages des filles et du rose dans celles des garçons ! <sup>498</sup> Il s'agit néanmoins d'être prudent. En effet, les couleurs ont une histoire et selon le spécialiste qu'est l'historien Michel Pastoureau, l'association du rose avec le féminin est un plus ancienne : « Porté par le Romantisme, le rose a acquis sa symbolique au XVIIIe siècle : celle de la tendresse, de la féminité (c'est un rouge atténué, dépouillé de son caractère guerrier), de la douceur (on dit encore « voir la vie en rose »). Avec

---

<sup>497</sup> Dorothee Charles, « Dis-moi qui tu es. Je te dirai à quoi tu joues », dans Bruno Girveau et Dorothee Charles (éd.), *Des jouets et des hommes*, Paris, 2011, p. 60–69, ici p. 61.

<sup>498</sup> *Id.*, 2011, p. 66.

son versant négatif : la mièvrerie (l'expression « à l'eau de rose date du XIXe siècle »).<sup>499</sup> En ce qui concerne le bleu, il est important de savoir qu'elle constitue la couleur préférée dans le monde Occidental moderne toutes catégories confondues, excepté l'âge. Les enfants résistent au conditionnement : « [...] c'est toujours et partout le rouge que les enfants citent en tête, devant soit le jaune, soit le bleu ». <sup>500</sup> Est-ce donc un hasard que l'icône mondiale du jeu vidéo Mario porte une salopette rouge et que le logo de la firme Nintendo soit blanc et rouge ?

La structuration sexuelle par la couleur est donc ancienne. Néanmoins, l'analyse des catalogues de jouets réalisée par la spécialiste française sur la question du genre dans les jouets a montré que l'accentuation en France de la dichotomie date des années quatre-vingt-dix. C'est à cette période que cette catégorisation est devenue structurante des catalogues jusqu'à dominer ou remplacer les autres catégories (le type de jouets, l'âge, etc.). Aussi bien du côté de l'offre fille que garçon, dans l'ensemble, ces univers ont été créés pour mieux se distinguer. Les catalogues de jouets ont accentué la dichotomie :

Tout se passe comme si ces catégories « garçons » et « filles » avaient offert une nouvelle grille de lecture et de composition des catalogues aux concepteurs. Ils devront désormais adapter leur travail à ces deux rubriques qui, comme elles sont distinctes et néanmoins deux modalités d'une même variable, doivent être présentées comme fortement différenciées sinon opposées. Cette opposition passera d'une part par l'amplification des codes couleurs existants (le bleu et le rose essentiellement), d'autre part par l'insistance, dans les écrits, sur la différenciation sexuée, cristallisant ainsi les représentations sociales stéréotypiques de sexe.<sup>501</sup>

Les travaux de la sociologue Mona Zegaï situent historiquement les transformations en cours. La saturation inédite de l'espace par le bleu et le rose des objets mondialisés de l'enfance qui se dégage des clichés photographiques de l'artiste coréenne choque. Elle décrit pourtant un état de fait. La consultation de nombreux catalogues de jouets et magazines de presse a confirmé la stricte séparation. Qu'une fille aime le bleu et les jouets de garçons est un fait difficile mais tolérable, quant à l'inverse, il est nettement moins accepté. Pour comprendre le jouet, il est nécessaire de l'analyser dans la « culture ludique » à laquelle il se rattache. Le jouet est manipulable avec ces codes de conduite qui sont eux-mêmes structurés autour de la dichotomie entre garçons et filles. Il y a le jouet et le savoir jouer. Le jouet est un objet destiné aux enfants avec lequel on lui demande de se fabriquer une identité (sexuelle) conforme.

---

<sup>499</sup> Michel Pastoreau et Dominique Simonnet, *Le petit livre des couleurs*, Paris, 2005, p. 115.

<sup>500</sup> Michel Pastoreau, *Bleu, histoire d'une couleur*, Paris, 2002, p. 150.

<sup>501</sup> Mona Zegaï, « Trente ans de catalogues de jouets. Mouvances et permanences des catégories de genre », dans Sylvie Octobre et Régine Sirota (éd.), *Enfance et culture. Actes du colloque*, Paris, 2010, ici p. 17.

L'enfant n'est pourtant pas passif. Il est un co-auteur puisqu'en jouant, il joue le jeu et lorsqu'on joue on a le droit de tricher.

Un animal en particulier cristallise la confrontation *pour de faux* entre garçons et filles. Il s'agit du cheval et de sa longue crinière : « On en comprendrait mieux encore la force si l'on songeait à la place que tenait dans nos rêves, comme dans nos amusements, le cheval jouet. Il servait certainement à distinguer les filles et les garçons, et il enseignait l'expérience à tous les enfants ». <sup>502</sup>

---

<sup>502</sup> Daniel Roche, *La culture équestre de l'Occident XVIe - XIXe siècle. L'ombre du cheval*, Paris, 2015, p. 412.

## II. Pour une histoire animale des jouets

Ils sont souvent faits de bois, de petite ou de grande taille, on peut parfois monter sur leur dos ou simplement jouer en les poussant à coups de dés. « Ils », ce sont les chevaux, car la plus belle conquête de l'homme a de tout temps servi de modèle pour confectionner des jouets qui ont bercé l'enfance de nos parents, et aussi la nôtre.<sup>503</sup>

Après notre introduction générale dans laquelle nous avons fait état de l'intérêt scientifique d'écrire une histoire des animaux dans les jouets, avant de nous consacrer à l'ours en peluche, nous introduirons la présence du cheval et du poney dans les jouets et les conflits qu'elle génère. Le cheval est avec l'ours, l'animal le plus représenté dans les jouets. L'enrôlement massif de chevaux dans la première et deuxième guerre mondiale, à moins de se préoccuper du sort des bêtes, est quelque peu lointain et partiellement perdu dans la mémoire du temps. L'équitation ne sert plus à faire la guerre, les chevaux de transport et des mines ont cessé leur activité. Les chevaux d'aujourd'hui sont principalement des chevaux de course et de spectacles équestres. Les représentations culturelles du cheval ont transformé nos rapports avec cette plus grande conquête de l'homme...et de la femme. L'évolution de la place du cheval dans la société le positionne dans l'entre-deux. Aujourd'hui il est intermédiaire, situé entre l'animal de rente et l'animal de compagnie.<sup>504</sup> Dans ce processus qui anthropomorphise le cheval et zoomorphise le cavalier, le sexisme latent de notre société a cristallisé les tensions autour de la féminisation de la pratique de l'équitation. Aux dires des chiffres, l'équitation serait aujourd'hui à 80% féminin, notamment chez les petites filles. La moyenne d'âge serait de 12 ans. Cette transformation se matérialise dans les séries de jouets : « Le cheval-poupée et le cheval-nounours connaissent donc un immense succès. Barbie a bien sûr son cheval à longue crinière, que l'on peigne, tout comme la poupée Little Pony... »<sup>505</sup>. C'est dans les années quatre-vingts que la poupée Barbie est dotée d'un cheval (1981) et que la célèbre série *My little Pony* (1985) apparaissent avant que les têtes à coiffer humaines ne soient remplacées ou concurrencées par des chevaux. Le cheval et le poney sont associés au rose, aux couleurs dites féminines et enfantines et aux paillettes. Par la suite, les licornes, les chevaux ailés et les

---

<sup>503</sup> « Le cheval, roi des jouets chez les enfants » dans *Le Parisien* du 21.12.2008. Cet article présente l'exposition « Cheval, jouet de l'enfance » s'étant tenue la même année à Compiègne au sein de l'Espace Saint-Pierre-des-Minimes, à la cité du cheval.

<sup>504</sup> Jean-Pierre Digard, *L'homme et les animaux domestiques. Anthropologie d'une passion*, Paris, 1990, p. 243-248.

<sup>505</sup> Tiré du dossier de presse de la 8e édition de « Variation équines » de Nogent-le-Rotrou *Le cheval amusant, du jouet au jeu* (04/02/2011). Cette exposition se déroula du 3 mars au 28 mai 2012.

([http://www.musees.regioncentre.fr/UploadFile/GED/Actualite/VIEL-DOSSIER\\_PRESSE\\_Cheval\\_amusant.pdf](http://www.musees.regioncentre.fr/UploadFile/GED/Actualite/VIEL-DOSSIER_PRESSE_Cheval_amusant.pdf)).



mondes féeriques aujourd'hui omniprésents - c'est la gamme *Bayala* de *Schleich* - s'installent sur les étalages de boutiques sous forme de jouets, magazines, objets, livres de coloriages et de vignettes, etc. Aujourd'hui, cette présence s'est normalisée en plus de s'être diversifiée. Les licences les plus populaires sont *Grand galop*, *Horseland*, *Wendy* ou *Lissy* (Allemagne). Cette féminisation concerne le media jeu vidéo avec par exemple la série populaire *Alexandra Ledermann* d'Ubisoft sur consoles et ordinateurs. Les clés scénaristiques des jeux vidéo reliés au cheval y sont présentes puisqu'il est question d'une jeune adolescente, de chevaux, de poneys, d'un haras, d'un héritage, de prestige, de sport, de compétition, d'aventure et de mystère. Il est demandé de se responsabiliser, de gérer le temps, son portemonnaie, sa clinique vétérinaire, son haras, etc.

#### Illustration 5



Le jeu vidéo *Alexandra Ledermann 2* sur Nintendo DS, 2007

Ce constat est irréfutable mais doit être nuancé. Premièrement, la réintroduction du cheval et l'introduction des poneys dans des univers féminins, ne suit nullement à la disparition du cheval qualifié de type masculin. Cet emploi demeure. La variété des jeux vidéo munie de héros masculins à monture d'univers de Fantasy, d'aventure et de guerre le montre, tout comme ceux des jouets Playmobil et Lego. En résumé, ni la crinière du cheval de Mattel ni les poneys multicolores ont fait disparaître le cheval masculinisé ! Notons à propos des poneys que s'ils sont associés aux filles, l'œuvre littéraire de J. R. R. Tolkien adaptée au cinéma, les associait aux hommes : les nains et Bilbo le Hobbit les avaient pour monture. Troisièmement, si certaines réalités du cheval réel ont été traduites en jouet – que l'on songe à

la société Georges Lenoble anciennement Maison Victor Desportes qui s'était spécialisée dans les jouets d'animaux en peau, écuries (La charrette du laitier datant de 1905) – certaines n'en ont peut-être pas fait l'objet de jouets, les chevaux de mine par exemple. Cela ne signifie pas que les enfants n'ont pas utilisé leurs jouets chevaux dans ce contexte. Deuxièmement, pour l'appréhender, il faut la renverser. En effet, au regard du jouet, ce constat de féminisation est à contextualiser. Cette féminisation fait suite à une masculinisation préalable du cheval : « Cheval bâton, cheval tricycle, cheval à bascule, cet animal aux aspects divers est enfourché par filles et garçons. Mais très vite, le garçon se l'approprie. Il incarne le cavalier, le soldat, le fermier, le conducteur mais aussi le chevalier, le cow-boy, le sportif ou le héros : pas de Ben-Hur sans son char, pas de Zorro sans Tornado ».<sup>506</sup> Encore pourrait-on étayer la liste : pas de *Tuniques bleues* sans chevaux, pas de cow-boy Lucky Luke sans Jolly Jumper ! Ne devrions-nous pas plutôt parler d'appropriation masculine des animaux - le cheval et le chien - lorsque l'on constate qu'ils sont majoritairement associés aux personnages masculins (Jolly Jumper et Lucky Luke, Boule et Bill, Tintin et Milou, Obélix et Idéfix) lorsqu'ils ne sont pas eux-mêmes masculinisés ? L'entrée en lice de l'ethnologue Jean-Pierre Digard nous soumet une question importante : « Alors que la plupart des disciplines sportives ont progressé du jeu au sport, l'équitation paraît, à bien des égards, en train d'effectuer le sens contraire. Que resterait-il des chevaux réels si, après avoir disparu des rues et des routes, des champs de bataille et des champs tout court, ils étaient aussi éliminés des hippodromes et des manèges ? »<sup>507</sup>. Au regard des chevaux fictionnels du jouet et surtout du jeu vidéo, la féminisation démontre que plus qu'un remplacement, c'est d'une opposition claire de représentation dont il faudrait parler. C'est tout du moins ce que la persistance des univers guerriers et violents dans lesquels le cheval est enrôlé tend à justifier. La visibilité de la féminisation que l'on critique doit être accompagnée d'une critique de ses univers guerriers plus masculins. Quant à nous, nous doutons de l'intérêt des chevaux vivants pour la guerre...

---

<sup>506</sup> Girveau et Charles, 2011, p. 102.

<sup>507</sup> Jean-Pierre Digard, *Cheval, mon amour* (2008) p.7, disponible sur <http://www.animauxetcompagnies.com>.

Illustration 6



*Mon petit Poney* et le pouvoir de scintillant de l'arc-en ciel (cliché personnel et culturel, 2013)

Illustration 7



Chevauchez vers l'inconnu dans le jeu vidéo *Shadow of Colossus*, Playstation 2, 2006

## 1. La peluche

### 1.1. Le triomphe de l'ours en peluche

Diabolisé par les bestiaires, domestiqué par l'hagiographie, l'ours est également ridiculisé par les bateleurs à partir des XIIe-XIIIe siècles. L'église, en effet, pourtant hostile aux spectacles d'animaux, ne s'oppose pas à la circulation des montreurs d'ours. Muselé et enchaîné, ce dernier accompagne les jongleurs et les bateleurs de château en château, de foire en foire, de marché en marché. D'animal royal, admiré et redouté, l'ours se transforme en une bête de cirque, qui danse, fait des tours, amuse le public.<sup>508</sup>

Avant le triomphe de l'ours en peluche ou si l'on préfère, de la peluche en ours, les ours des jouets de la fin du XIXe siècle étaient souvent munis d'une muselière, d'un montreur et étaient enchaînés.<sup>509</sup> De nos jours, loin de la peur, des montreurs d'ours, des chaînes et après un siècle de vie commune, c'est sous les apanages de la tendresse et de la douceur que l'ours en peluche s'offre aux enfants des XXe et XXIe siècles. Loin de la peur, de la sauvagerie et des numéros de cirque, l'ours nous tient chaud et nous reconforte. Ces peluches modernes apparaissent à la fin du XIXe siècle, c'est-à-dire à une époque où le cheval était l'animal jouet dominant. Avant l'émergence de l'ours peluche, c'est l'ours spectacle mécanique qui a été dans un premier temps proposé aux enfants : les premiers brevets d'ours mécaniques ont été déposés aux États-Unis entre 1872 et 1882 avant d'arriver sur le vieux continent. Les expositions universelles leur ont servi de tremplin créatif mais aussi productif (Paris, Chicago, Londres). Alors que dans un premier temps, ces automates se présentaient comme des jouets directement reliés aux ours vivants sous forme de reproduction et de caricature, le début du XXe siècle a progressivement fabriqué des ours de plus en plus dénués de leurs montreurs. Les humains n'apparaissent plus et l'ours s'autonomise. Suite à la découverte du pôle Nord en 1909 et à son exploration, l'ours polaire fit son apparition dans les jouets au même titre qu'une multitude de jouets avec des chiens de traîneaux.<sup>510</sup> L'arrivée de l'ours en peluche s'inscrit en outre dans un contexte social où les représentations des ours étaient déjà répandues. L'historien Michel Pastoureau a insisté sur le contexte d'apparition de l'ours en peluche afin d'en montrer les origines : « De fait, bien avant les années 1900, peut-être même avant le début du XIXe siècle, l'ours est déjà présent dans le monde de la caricature et du

---

<sup>508</sup> Michel Pastoureau, *Bestiaires du Moyen Âge*, Paris, 2011, p. 65.

<sup>509</sup> Girveau et Charles, 2011, p. 114-117.

<sup>510</sup> *Id.*, 2011, p. 148-149.

dessin satirique comme dans celui des automates et du livre pour enfants. Il possède déjà un caractère anthropomorphe bien marqué que reprendront plus ou moins les premiers ours en peluche ». <sup>511</sup> En rapport à l'histoire culturelle de l'ours, les écrits de Michel Praneuf et Michel Pastoureau font écho à ce jouet moderne : le primat du poil et de la peau de l'ours (en peluche), la couleur de l'ours (en peluche), le déguisement en ours (en peluche), etc. Les pistes sont nombreuses et se retrouvent dans les ouvrages consacrés aux ours en peluche. L'étude des modèles permet d'appréhender les transformations et constances du corps des ours en peluche (yeux, museau, bosse, articulation, griffes).

Si Michel Pastoureau cite les ours vivants maltraités, affaiblis et humiliés accompagnés de leurs montreurs sur les lithographies, les gravures, les photographies et les cartes postales, Sue Parson nous informe de l'existence et de la grande popularité d'ours avant l'essor du Teddy bear comme les ours appelés « ours de la forêt-noire » (fabriqués en Suisse !) qui étaient sculptés en bois et associés au tabac, par exemple sur les cendriers ou boîtes d'allumettes. Par la suite, le teddy bear a été représenté sur une foule d'objets divers comme la carte postale. La rencontre les a fait fusionner : « Le boom de la carte postale correspondit à la grande vogue des ours en peluche, et il n'est pas surprenant que l'on trouve beaucoup d'ours représentés sur les vieilles cartes postales ». <sup>512</sup> C'est la raison pour laquelle les cartes postales de cette époque nous montrent aussi bien les ours des montreurs d'ours, que les ours en peluche avec des enfants, ce qui est utile pour cerner la taille et l'aspect d'anciens ours en peluche et les célèbres Teddy Roosevelt de Seymour Eaton qui publiera également les livres à succès *The Roosevelt Bears*. En résumé, l'ours peluche a été représenté sur les timbres, des jeux et des puzzles, des tableaux, des livres et des partitions musicales (Angleterre, États-Unis) : « En même temps que croissait leur popularité, les ours en peluche entrèrent dans le monde de la musique. Entre 1907 et 1911, il y eut plus de quarante chansons qui avaient le mot « Teddy Bear » dans leur titre ! ». <sup>513</sup>

Outre sa représentation dans les œuvres iconographiques et musicales, l'ours en peluche a été mobilisé dans la sphère politique (ou promotionnelle) lors d'actions et manifestations visant les animaux vivants. Pour la naissance du premier ours polaire appelé Brumas au zoo de Londres en 1949, Dean's lança une version peluche dans laquelle la mère Ivy, debout, tient son petit dans ses pattes de devant. <sup>514</sup> Au niveau politique, la peluche sert de mascotte pour

---

<sup>511</sup> Michel Pastoureau, *L'ours. Histoire d'un roi déchu*, Paris, 2007, p. 328-329.

<sup>512</sup> Sue Pearson, *Les ours*, Paris, 1996, p. 150.

<sup>513</sup> *Id.*, 1996, p. 154.

<sup>514</sup> *Id.*, 1996, p. 61.

une campagne<sup>515</sup> ou de références explicitées sur des pancartes et affiches par des manifestant(e)s lors de marches politiques collectives. On remarque donc le lien qui perdure et se recompose entre la peluche, l'ours (l'ourson) vivant et la chasse faite à ces animaux. L'ours en peluche est utilisé afin de servir la cause des ours vivants tués. C'est le cas de la peluche *Cannelle* créée par Michel Blanchet en hommage à un ours sauvage abattu par un chasseur : « Nous avons créé *Cannelle*, un ours haut de gamme, pour qu'on le garde (l'animal) et qu'on ait surtout envie de le protéger. J'aimerais que cet instinct de protection se projette grandeur nature. (Michel Blanchet, *L'Union* : janvier 2005) ». <sup>516</sup> Ensuite, c'est de manière plus implicite que l'ours en peluche aurait « participé » de manière plus douce au changement de représentation des ours dans nos sociétés. La peluche animale a été un des éléments constitutifs historiques et sociologiques de la protection animale : la peluche aurait contribué à la cause animale dans l'évolution des sociétés théorisée par Alexis de Tocqueville et Norbert Élias, ce que le politologue Christophe Traïni nomma « La montée en puissance de la tendresse ». <sup>517</sup> Au XXe siècle, l'ours en peluche a été intégré à des campagnes afin de promouvoir la cause de l'enfance par l'*Unicef* et *Enfance et partage*. L'enfant et l'ours en peluche sont désormais des symboles indissociables.

Depuis son apparition, l'ours en peluche a colonisé la société. Son histoire est riche et au XXIe siècle, les ours s'entassent dans les vitrines de grands magasins, se font manipuler sur leurs étalages ou, sous une forme déclinée, se baladent nerveusement au bout du porte-clé d'un sac à main ou d'un sac à dos. Ces jouets « qui ont un cœur » selon le slogan de ce même fabricant Blanchet (1965), sont omniprésents. L'ours en peluche est partout. Il y a les ours anonymes qui composent la foule sentimentale non personnalisée, les ours de contrefaçon, les ours produits par les entreprises réputées (Hermann, Steiff) et les personnages issus des médias (littérature de jeunesse, émission télévisées, dessins animés). Des exemples connus de tous sont les ours *Paddington*, *Winnie*, *Colargol* et *Gros ours* – il devient *Nounours* en 1963 – de l'émission *Bonne nuit les petits* de 568 épisodes diffusée sur l'ORTF entre 1962 et 1973. En outre, même si l'ours domine encore nettement, l'ours en peluche qui n'avait que la poupée pour principal rival jusqu'aux années 1940 a été de plus en plus concurrencé par

---

<sup>515</sup> Par exemple, l'ours Smokey de la prévention des incendies de forêt ou encore l'ours Libearty : « L'organisation mondiale de la protection des animaux avait chargé Paul Fagan, de Color Box Miniatures, de produire cet ours, pour Libearty, la campagne mondiale de protection des ours. [...] L'ours Libearty a avec lui l'histoire de la campagne mondiale pour la protection des ours, et il avait pour but d'attirer l'attention du public sur les espèces animales en voie de disparition » (*id.*, 1996, p. 143).

<sup>516</sup> Tiré du blog [www.anthroures.fr](http://www.anthroures.fr), le blog de l'anthropologue Sandrine Boulmier auteure d'une thèse de doctorat en ethnologie intitulée *L'ours, héros socialisateur des Européens. De l'enfance à l'âge adulte, de la préhistoire à nos jours*, Université Montpellier 3 Paul Valéry, 2007.

<sup>517</sup> Christophe Traïni, *La cause animale. Essai de sociologie historique. 1820-1980*, Paris, 2011.

d'autres animaux :

D'abord des lapins, des chiens, des chats, des éléphants ; plus tard des cochons, des moutons, des ânes et d'autres animaux de la ferme ; plus tard encore, tout un bestiaire exotique, depuis le lion jusqu'à l'ornithorynque en passant par le tigre, la girafe, l'hippopotame et le rhinocéros. Surtout des mammifères, peu d'oiseaux, peu de poissons et pratiquement aucun insecte.<sup>518</sup>

Sans même s'opposer aux fondements de ces propos, le bestiaire des animaux en peluche se transforme suite aux peluches produites par des associations de protection comme Ushuaia et le WWF : les chauves-souris, les araignées et les pieuvres font désormais partie du bestiaire ! Il nous est également important de contrebalancer ce propos en ajoutant à la rivalité, l'entente ou la complémentarité qu'il peut exister entre les espèces. Les ours en peluche possèdent eux aussi des animaux de compagnie. On songe à ces ours, créations d'artistes telles qu'aux États-Unis, Susan Readstreake Geary qui adjoint des animaux de compagnie à ses ours (fabrication au commencement des années 1990) ou encore à Mary Holstad qui « a également une passion pour les chats, si bien qu'en 1984 elle créa son premier « duo » ours/chat « Le nouveau chaton de Katie » qui reçut du public un accueil triomphal. Depuis, beaucoup de ses ours ont un chat pour compagnon ». <sup>519</sup> Comme chez d'autres jouets, la présence d'un animal de compagnie peut transformer le corps du jouet qui porte un animal dans ses pattes ou agit sur lui. Les pattes de l'ours avant seront articulées afin de pouvoir tenir sa peluche de compagnie. Nous citons de plus les ours miniatures en porcelaine produits en Allemagne au début du XXe siècle qui pouvaient avoir un chien en laisse. Nous l'avons vu, l'histoire de l'ours en peluche montre la rapidité des évolutions de représentations : l'animal effrayant et dressé s'est transformé en un animal tendre, soyeux et réconfortant. Que Michel Praneuf, ethnologue et linguiste, et Michel Pastoureau, historien, concluent leurs ouvrages sur l'histoire de l'ours sur l'ours en peluche n'est pas le résultat d'un hasard mais le passage d'un cycle :

En fait, les hommes et les ours ont toujours été inséparables, unis par un cousinage progressivement passé de la nature à la culture, et ils le sont restés jusqu'à l'époque contemporaine. Au point qu'au mois de juillet 1969, lorsque Neil Armstrong et ses deux compagnons se sont envolés vers la lune, un ours les accompagnait. Non pas un ours vivant, fait de chairs et de poils, mais un ours en peluche, symbole d'une très longue histoire commencée sur la Terre il y a plusieurs dizaines de milliers d'années et continuée sur la lune, au seuil de l'éternité.<sup>520</sup>

---

<sup>518</sup> Pastoureau, 2007, p. 330.

<sup>519</sup> Pearson, 1996, p. 131.

<sup>520</sup> Pastoureau, 2007, p. 332.

## 1.2. L'ours vivant au miroir de l'ours en peluche

Le corps de l'ours en peluche est ambivalent. Créé à l'effigie de l'animal, le corps du jouet s'en éloigne tout en lui restant lié. L'anthropologue Sandrine Boulmier a insisté sur la complexité que représente le corps de l'ours en peluche dans sa distance à l'animal vivant. Le corps de la peluche constitue en lui-même un riche terrain de recherche, par exemple son allure générale (taille, couleur, forme, proportion, articulée ou non), la position de son corps (debout, assis, à quatre pattes), les tensions c'est-à-dire les transformations/écarts aux modèles animaux fictifs ou vivants (types et espèces d'ours représentés, mécanique ou non, disparition des griffes, des dents, de la queue, ouverture de la bouche) et la réception. Au XXe siècle, les années cinquante ont été décisives. L'évolution des ours modernes date de cette époque. L'anthropomorphisation poussée de l'ours en peluche le rend plus rond. Ses oreilles et ses membres sont raccourcis tandis que le museau disparaît progressivement. Les médias vont influencer les fabricants qui les dotent de vêtements et d'une identité individualisée. Au niveau technique, l'ours en peluche est devenu lavable, plus résistant et plus adapté aux manipulations et corps des enfants.<sup>521</sup>

Les caractéristiques du corps des ours en peluche posent la question des origines. De nos jours, la peluche est en étroite relation aux parcs zoologiques qui vendent des produits dérivés, surtout les peluches qui y tiennent une place privilégiée. Historiquement, l'achat d'une peluche animale au sein d'un parc zoologique figure un juste retour à la source animale puisque la création de l'ours en peluche Steiff se rattache aux animaux de zoo. En effet, les ours vivants sont à l'origine de l'ours en peluche allemand ! C'est par l'observation et le dessin de croquis réalisés au zoo Wilhelma de Stuttgart dans le Bade-Wurtemberg, un animal dont il était pris de passion, que l'idée de l'articulation de la peluche est venue à Richard Steiff anciennement étudiant à l'école des arts décoratifs de Stuttgart. Le frère de Margarete Steiff désirait retranscrire avec précision les mouvements des ours observés<sup>522</sup>. La conséquence est que l'ours en peluche Steiff n'est pas un ours quelconque, disons un ours « non situé ». Il s'agit d'un ours de parc zoologique si bien que les mouvements de la peluche sont à recevoir en tant que gamme de mouvements d'un ours vivant en captivité. L'ours en peluche Steiff est originellement un ours du parc zoologique de Stuttgart, sa cage ayant aussi ses spécificités. Ce n'est pas un détail, c'est fondateur. L'autre illustration célèbre venant cette fois de la capitale d'Angleterre est l'ours Winnie l'ourson (Winnie The Pooh) : Nom célèbre,

<sup>521</sup> Tiré du blog de Sandrine Boulmier [www.anthrouers.fr](http://www.anthrouers.fr).

<sup>522</sup> Sur le site web officiel de Steiff ([http://www.steiff-peluche.fr/pages/histoire\\_margarete\\_steiff\\_2.php](http://www.steiff-peluche.fr/pages/histoire_margarete_steiff_2.php)), consulté le 19.04.2013.



jouet Teddy Bear et mascotte de guerre, quel prestige pour cet ours ayant vécu sa vie derrière des barreaux !

Au début Christopher (le fils de son inventeur) appelait son petit compagnon « ours » ou « teddy ». Le nom de Winnie l'ourson ne lui fut attribué que plus tard quand Christopher décida que son ours devait avoir un vrai nom. Or Winnie était le nom d'un ours d'Amérique du Nord qui vivait au zoo de Londres et dont le petit Christopher était tombé amoureux. Cet ours d'ailleurs avait été la mascotte de la Brigade Canadienne, pendant la première guerre mondiale.<sup>523</sup>

L'imbrication entre la peluche et l'animal de parc zoologique reste d'actualité, peut-être même se renforce-t-elle : *Heidi*, originaire de Caroline du sud aux États-Unis, qui vécut au zoo Ebeltoft et d'Odense au Danemark, avant d'être l'invitée du zoo de Leipzig en Allemagne, est l'opossum rendu célèbre par son strabisme. Laura est un ours du parc aux ours à Worbis (Allemagne). Pour ces animaux personnages charismatiques (et à partir d'eux), le fabricant allemand Kösen situé en Thuringe produit une peluche. Nous l'avions déjà signalé, la peluche peut être fabriquée sous forme d'hommage et continuité d'un animal vivant par l'objet. Le catalogue des peluches Kösen nous renseigne sur les méthodes de fabrication des peluches :

Ils se distinguent par un dessin très fidèle et très expressif, une grande valeur ludique, des matériaux utilisés de qualité et une fabrication très soignée. Des études détaillées de l'anatomie et du mouvement des animaux précèdent chaque nouvelle génération. Nos deux créatrices dessinent directement les animaux dans la nature ou bien dans un zoo et réalisent ensuite des modèles en terre glaise. Les animaux en peluche sont toujours représentés dans leur attitude naturelle. De nombreux détails d'exécution leur donnent une expression très réaliste et pleine de tendresse.<sup>524</sup>

La représentation de l'animal s'avère amphigourique : que signifie pose naturelle ? Que signifie la combinaison réalisme et tendresse ? La peluche étant déjà projetée dans l'animal vivant, celui que l'on utilise dans la conception de la peluche, l'entremêlement entre le réel et le fictif est ténu. C'est d'ailleurs ce que figurent les photographies du catalogue de *Kösen* qui positionnent les peluches dans des fonds de référence réels à but identificatoire (le chien de race shiba Inu est positionné devant le mont Fuji qui culmine au fond), étant eux-mêmes un mélange de fond fictif (un poster) et d'éléments de décor vivants (feuilles). Cette mise en scène « naturalisante » se retrouve dans les livres et catalogues de poupées.

Il est difficile de ne pas citer l'ours blanc Knut du parc zoologique de Berlin qui après avoir été vendu sous forme de peluche blanche s'est vu commémoré par la pose d'un monument

---

<sup>523</sup> Pearson, 1996, p. 131.

<sup>524</sup> Le catalogue gratuit de peluches du fabricant de peluches *Kösen*, 2012.

stellaire. La couleur blanche de la peluche est décisive, elle correspond à l'époque blanche de Knut que fut sa prime jeunesse. En devenant par la suite gris, Knut perdit (en partie) sa popularité...et son aspect peluche !

Après sa mort, c'est sa demi-sœur baptisée Anori qui a été la vedette du parc zoologique de Wuppertal situé près de Cologne en Allemagne. La vie d'Anorie – entendons, la manière dont le parc la représente à travers ce journal – est consultable à distance avec la consultation du site web officiel du zoo. L'établissement tient un journal de vie des ours contenant des clichés qui ont les particularités d'être photographiques et commentés (le petit-déjeuner, les jeux dans l'eau, la table à manger, etc.). Dans leur quête de relation, de visibilité et de transparence, des images postées proviennent de vidéos nocturnes prises par des caméras de surveillance : le parc zoologique, la caméra de surveillance et l'investissement narratif Internet placent l'ours blanc starisé dans un système de transparence du captif qui se rapproche d'une structure de type panoptique. Le visiteur du site est lui aussi à intégrer à ce panoptique.

Pour finir, si des peluches sont des objets matériels externes au corps humain, les costumes et masques sous-tendent la possibilité d'investissement de l'intérieur de la peluche ou de l'animal par l'introduction de notre propre corps, et vice versa. C'est le dispositif mis en scène par des visiteurs de parcs zoologiques comme l'analyse le chercheur Jean Estebanez : « Une visiteuse portant un couvre-chef en forme de tête de panda au zoo de Beijing (30 mars 2012). Le zoo est un lieu où est testée la division entre humains et animaux à travers divers dispositifs ». <sup>525</sup> En outre, la peluche de parc zoologique n'est pas seulement celle qui prolonge l'animal vivant à la maison sous forme d'objet. Par un jeu d'identité et de distance, ce dérivé de la peluche procède à l'animalisation ou à l'humanisation : en devenant un panda, je m'en rapproche autant que je m'en distancie. Parallèlement aux parcs zoologiques qui sont ces lieux à part ou hétérotopies, n'omettons pas que de l'espace privé à l'espace public de notre vie existent des potentialités. En rapport aux vêtements, les chaussons en forme de patte animale et les bonnets d'hiver en forme de tête animale sont connus de tous. Nous citerons pour conclure deux objets en provenance du Japon : le premier exemple est un ours pour lutter contre le ronflement. Il s'agit d'un robot oreiller qui a une forme d'ours polaire doté d'un micro et d'un capteur sensoriel qui à la mesure des ronflements déclenche un mécanisme : l'ours caresse le visage de la personne avec sa patte, invitant celui-ci à se tourner et donc à stopper ses ronflements <sup>526</sup>. Second cas, le Necomimi de la firme Neurowear. Il s'agit

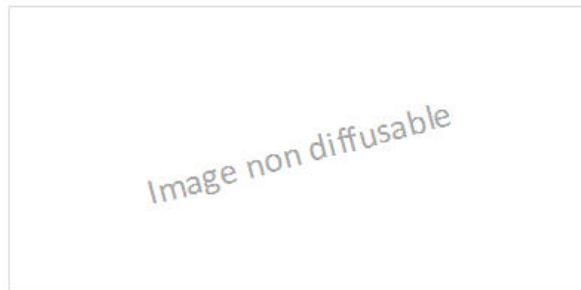
---

<sup>525</sup> Jean Estebanez sur (<http://www.franceculture.fr/blog-globe-2012-07-11-le-theatre-zoologique-et-ses-acteurs>). Le dossier est consultable en ligne.

<sup>526</sup> Dans *Planète Robots*, « Un ours pour lutter contre les ronflements », n°18, nov-déc 2012, p. 10.

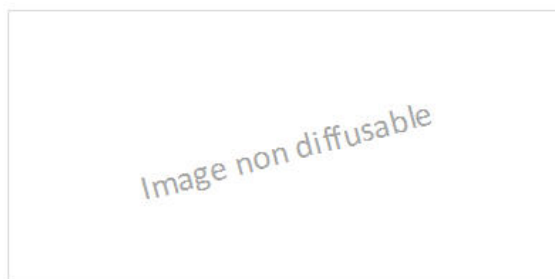
d'oreilles de chat dotées de capteurs d'ondes cérébrales à mettre sur la tête. En sondant l'humeur de la personne, ils bougent en conséquence. Le slogan publicitaire de Necomimi est « exprimez-vous avec des oreilles de chat ! ». <sup>527</sup> Il nous reste à inclure les fêtes et les rituels sociaux collectifs. Quant aux masques, la question de savoir ce qu'ils permettent et s'ils sont des jouets est si complexe qu'elle nécessite son propre bal costumé. La peluche animale pose un postulat : Il ne faut pas vendre la peau de l'ours en peluche avant de l'avoir joué !

#### Illustration 8



Le méchant (ours) du jeu vidéo *Toy story 3*, sur X-box 360, 2011

#### Illustration 9



Manipuler une peluche dans *Les Bisounours : Mission calins* sur Game Boy Advance, 2005

---

<sup>527</sup> Dans *Planète Robots*, « Necomimi : exprimez-vous avec des oreilles de chat », sept-oct 2011, p. 87.

### 1.3. L'objet transitionnel et le jouet

D'après Clébert, « l'aspect anthropomorphique de l'ours, son pelage, son amour maternel ont sans doute créé dans les abris préhistoriques une relation curieuse ; sans devenir domestique, l'ours est devenu un animal familier comme le chat. Si la mère ourse a accepté quelquefois que l'on mêlât à ses petits les petits des hommes, on imagine assez bien, au fond de ces grottes, les matrones confiant leur progéniture aux bras merveilleusement fourrés des ourses allaitant. Et cette image est si probable que le compagnon idéal des enfants n'a pas cessé d'être l'ours en peluche ». <sup>528</sup>

Pour Michel Praneuf et Michel Pastoureau, l'importance dans nos sociétés modernes de l'ours en peluche n'est pas le résultat d'un hasard mais rentre pleinement dans l'histoire partagée entre les ours et les humains. S'ils ne l'abordent que succinctement en fin d'ouvrage, ils l'inscrivent dans une continuité. Sur la planète Terre ou sur la lune, les ours et les humains restent unis. Le bébé et le jeune enfant commencent leur vie en sa compagnie. Sa qualité d'objet transitionnel témoigne de son importance sur le développement de l'enfant. <sup>529</sup> Pour Michel Praneuf, l'ours conserve sa spécificité au sein de ces objets dans le développement de l'enfant. <sup>530</sup> Les bébés de la modernité sont accueillis dans la vie avec un ours en peluche. Joël Clerget a montré en quoi le doudou des enfants permet au bébé de se structurer par un maniement qui annonce le jeu futur. Il en constitue une première version. <sup>531</sup>

Pourtant, l'ours en peluche ne reste pas sagement dans le lit des enfants à attendre leur retour : « Au-delà du phénomène d'attachement et d'objet transitionnel, la peluche est bien un réel jouet d'éveil au niveau du toucher (expérience sensorielle), de la manipulation, de l'échange et de la communication, de l'activité exploratoire ». <sup>532</sup> La peluche est un jouet que les enfants utilisent également comme une poupée et dans des jeux où les animaux tiennent un rôle. Sa fonction est donc également ludique. C'est confirmé par l'existence de peluches interactives.

La catégorie enfants des *Tout petits* des catalogues de jouets partagée entre robots peluches

---

<sup>528</sup> Michel Praneuf, *L'ours et les hommes dans les traditions européennes*, Paris, 1989, p. 150.

<sup>529</sup> D. W. Winnicott, *Jeu et réalité*, Paris, 1971.

<sup>530</sup> « Il aime le caresser et se frotter contre lui. Le poil de la peluche a une grande importance : il est identifié aux cheveux de la mère ; il procure à l'enfant un plaisir tactile qui est, avec le pouce sucé, le premier plaisir érotique [...] Il est « l'objet transitionnel » des psychanalystes, l'objet extérieur qui fait aussi partie de soi, comme le mouchoir que ne lâche pas l'enfant qui suce son pouce. Mais l'ours, qui a une figure humaine et qui est doux au toucher, a plus de sens qu'un chiffon. Pour l'enfant sevré, il devient le substitut du sein maternel ; il est le moyen de se raccrocher à la mère, dont on l'a prématurément séparé, et qui est désormais définitivement perdue pour lui. C'est pourquoi ce jouet a un rôle aussi important dans les sociétés modernes, alors qu'il n'aurait guère sa raison d'être dans les sociétés primitives où le sevrage n'intervient que tardivement, parfois après plusieurs années » Praneuf, 1989, p. 152).

<sup>531</sup> Joël Clerget, « L'étoffe de mon doudou », dans *Spirale*, n° 43, 2007, p. 27–37, ici p. 33.

<sup>532</sup> Brougère, 2003, p. 38.

interactifs et peluches interactives est principalement concernée, les dinosaures arrivant plus tardivement. Des peluches possédant des capteurs sensitifs aident à l'apprentissage des sens, de l'algèbre, d'une langue étrangère, etc. La forte tendance au bilinguisme dans les jouets - par exemple *Ma ferme bilingue Vidéo* de Chicco qui possède un écran LCD et 3 niveaux de jeu pour apprendre les animaux de la ferme, les couleurs, les chiffres - se retrouve chez le chien *Puppy* de Fisher Price et *Mon ami Scout* dans sa version garçon et *Mon amie Violette* dans sa version fille de l'entreprise *Leap Frog*. Elles sont des peluches interactives possédant une connexion Internet. Autres aspects, les peluches matérialisent l'affection à l'enfant par le biais de mots inscrits sur le corps de la peluche ou l'emballage, par exemple avec l'inscription « Friends », et se déclinent sous d'autres formes. De plus, les chiens *Scout* se déclinent en lecteur interactif, en Ordi si bien que différents âges d'enfants sont ciblés par ces produits interactifs. L'ours *Brummel* en est une autre illustration. Cette peluche peut être reliée à un site web d'où on télécharge des histoires. *Brummel* est une peluche narrative reliée à Internet. Les histoires de *Brummel* à télécharger sont payantes. Pour être interactif, son corps d'ours a été adapté : ses pattes possèdent les touches d'activations du fichier et sa bouche s'ouvre.

Les enfants les dorlotent, jouent et apprennent avec eux. Les peluches animales, en réunissant les espèces sauvages (ours, loups, lions) et les espèces domestiques (chien, chat, vache, cochon) témoignent de l'appivoisement par le jeu et le contact doux des animaux ainsi que d'une certaine proximité mentale : « Autant dire que les dispositifs ludiques destinés aux plus jeunes s'inscrivent en faux contre ces conceptions qui précédemment confondaient l'animal sauvage avec le repoussoir d'une férocité hostile et menaçante ». <sup>533</sup>

La production de peluches représentant des bébés animaux et les séries exclusivement destinées aux bébés accentuent cette logique. Nous pourrions en outre évoquer les noms de marques de peluche très évocateurs comme *Anima la griffe tendresse*, *Doudou et compagnie Paris* ou *Kaloo créations tendres et douces*. Du côté des collectionneurs de peluches, des modèles datant du début du XXe siècle ont été réactualisés dans les décennies 1980-90. Il est précisé que la majorité des collectionneurs de cette fin de siècle enlevèrent la muselière des ours de collection réactualisés ! L'authenticité et sa quête ont leur limite, tout comme la présence d'une muselière sur un ours au début des années 90 ! <sup>534</sup> Au rang des peluches les plus mignonnes et importantes dans la culture des années quatre-vingt, les *Bisounours* forment un marqueur générationnel dont de nombreux sites et blogs web actuels réécrivent

<sup>533</sup> Traïni, 2011, p. 140-141.

<sup>534</sup> Margaret Grey et Gerry Grey, *Teddy Bären. Alles Wissenswerte über das Sammeln und Restaurieren alter und neuer Teddybären*, Köln, 1997, p. 51.

l'histoire. Ces ours câlins ont imprégné les cultures de l'enfance de la fin du XXe siècle. La gamme a été très populaire. Il était une fois...

Une famille d'adorables oursons qui vivaient tout là-haut, au pays des arcs-en-ciel et des nuages douillets, dans un royaume merveilleux : Le Jardin des Bisous... Ce sont Les Bisounours. Dès que tu veux partager tes sentiments avec les autres, Les Bisounours descendent des nuages pour t'aider ! Juste un petit coup d'œil à leur ventre tout rond, et tu découvres la personnalité de chacun d'entre eux. Tous Les Bisounours sont des peluches qui existent en différentes tailles et des figurines articulées pour que tu puisses les aimer et les collectionner. Alors, découvre vite l'histoire de chaque Bisounours ! Les Bisounours, pour partager petits chagrins et gros câlins.<sup>535</sup>

Derrière ce discours enchanteur tout en rondeur, les *Bisounours* ou Care Bears en anglais que la grande majorité des enfants nés dans les années quatre-vingt connaît, sont les ours en peluche qui traduisent le mieux la révolution médiatique du jouet. Étant à l'origine des ours de cartes postales à succès aux États-Unis (1981), les *Bisounours* sont des ours qui reprennent les codes de l'ours en peluche traditionnel tout en innovant. Chaque peluche est personnalisée. Chaque peluche possède son nom (Gros gâteau, Grosbisou, Grosdodo) et est immédiatement reconnaissable et identifiable comme Bisounours : elle possède un symbole sur le ventre (fleur, étoile, cœur, etc.) qui définit sa personnalité, une mèche de cheveux et une couleur. La grande particularité vient du lien avec la télévision : le dessin animé a été créé pour vendre les peluches. Les ours héros et héroïnes médiatiques ont été adaptés sur plusieurs objets (cartes, coloriages, vêtements, albums Panini) avec succès. Il est important de préciser que derrière le nom se cachent d'autres espèces animales - le chien des Bisounours s'appelle *Touloyal* - et que deux Bisounours ont été associés au WWF : il s'agissait de Grosami qui a pour but de nous faire devenir l'ami des animaux de la forêt et Grosplouf qui est le protecteur de l'eau et des animaux qui y vivent.<sup>536</sup>

Peluche audio-visuelle, le Bisounours ne renvoie pas uniquement à une promotion du jouet par la télévision, tandis que certaines personnes les trouvent mignons et adorables, les opposants des Bisounours leur reprochent un trop grand écart à la réalité : la critique de la forme de la tête est la plus répandue. Elle « conduit à l'exclure du monde des « nounours » : « C'est laid, il est déformé, il a une tête en forme de poire, c'est pas harmonieux, on dirait un hamster » ; « Moi je ne me confierais pas à un ours qui a cette tête là, ça n'inspire pas le câlin ».<sup>537</sup> Il n'empêche que lorsqu'ils descendent des arcs-en-ciel, les Bisounours à tête de

<sup>535</sup> Il s'agit du texte original des boîtes des peluches *Bisounours* (la version des années 1980).

<sup>536</sup> Parmi les sites web *Bisounours*, le blog web le plus fourni est <http://cbezombes.free.fr/site/index2.htm>.

<sup>537</sup> Brougère, 2003, p. 30-31.

poire, de hamster ou d'ours, nous nous réconfortent lors de nos chagrins. Aujourd'hui, grâce à Internet, les enfants de la génération Bisounours, les années 1980, se consolent et réactivent leur enfance en formant des communautés virtuelles générationnelles autour de ces ours en peluche.

Le degré d'acceptation de la peluche auprès des enfants est tel qu'une fonction thérapeutique lui a été ajoutée. Il s'agit du robot *Huggable robotic Companion Bear* créé par le MIT de Boston. Le robot *Huggable* qui est doté d'une « peau sensible », de caméras (les yeux) et de micros (les oreilles) met en relation le personnel avec le malade ou le pensionnaire, les informations étant communiquées par le robot ours en peluche à l'établissement. Le robot *Huggable* est présenté comme palliatif à la thérapie par l'animal vivant jugé limité de par les règles d'hygiène ou les limites de temps de visite. La présentation audiovisuelle du laboratoire précise que le robot *Huggable robotic Companion Bear* vise un objectif social, tout comme l'animal vivant, les risques en moins et la connexion au réseau en plus.<sup>538</sup> Quant au robot peluche d'usage domestique, dans la nouvelle gamme de robots cartoons *Brobo* venue du Canada, le seul animal qu'elle propose parmi ces cinq robots qui viennent du futur est un chien.

Dans le cas où l'état de santé ne s'améliorerait pas ou stagnerait, la meilleure décision serait de faire appel à une infirmière. Dans le monde des jouets roses, Barbie en possède la panoplie et les accessoires. La liberté du chercheur en sciences sociales est supérieure à celle des garçons dans le choix des jouets avec lesquels ils désirent interagir. Les structures éducatives, les parents et les industries du jouet et des médias ne le soumettent plus avec la même intensité que dans ses jeunes années. Si les garçons jouent aux peluches afin de jouer à la poupée (habiller, les faire manger et dormir) parce qu'ils ont intégré les « consignes » sociales environnantes,<sup>539</sup> l'université est plus clémente avec le chercheur en sciences sociales.

---

<sup>538</sup> Bruno Bonnell, *Viva la Robolution. Une nouvelle ère pour l'humanité*, Paris, 2012, p. 165-167; la vidéo de présentation du robot a été consultée sur <http://www.youtube.com/watch?v=nAiidF1MIEk> consultée le 15/09/2013.

<sup>539</sup> Mona Zegaï, *Les jouets pour enfants au regard du genre*, Mémoire de Master, Université de Versailles-Saint-Quentin, 2007, p. 49-50.

## 2. Les poupées

Après Teddy Bear, avant Bisounours et cabbage Patch kids, Barbie est un objet phare de la transformation du jouet et de l'enfance au XXe siècle [...] Il y a tout chez Barbie : la publicité télévisée et l'incitation à la prescription directe de l'enfant, la consommation sans limites, une multinationale, la fabrication (dès l'origine) dans des pays (pas toujours les mêmes en quarante-cinq ans) à faible coût de main-d'œuvre, une représentation américaine, une femme objet (au sens où un jouet est objet) plus tout ce que chaque critique y met de lui-même.<sup>540</sup>

La pérennité des poupées dans les cultures est indiscutable. Elle représente un objet central des jeux de l'enfance et de l'imaginaire. La poupée est fascinante pour peu qu'on s'y intéresse. Cet objet incite à la manipulation car seul le jeu de l'enfant donne vie à la poupée : l'affordance est le nœud de la compréhension du jouet. L'étymologie de poupée assoit et fixe cette tension vers la vie puisqu'« on appelle aussi « pupe » l'insecte au stade intermédiaire de son développement passif entre la larve et l'imago, c'est-à-dire un être en suspens, une présence latente, une vie implicite, quelque chose qui va être »<sup>541</sup>. Véritable objet de collection et d'admiration, la poupée que les enfants d'aujourd'hui manipulent est avant tout un jouet. Son histoire est riche en significations et interpelle tout chercheur adulte confronté aux mondes de l'enfance dans ses recherches.<sup>542</sup> Parmi elles, la poupée adulte Barbie du groupe américain Mattel fait figure de déesse au milieu des modèles concurrents.

### 2.1. La poupée Barbie

L'indétrônable Barbie nous est familière – concédons-le, un peu plus aux filles qu'aux garçons – et règne d'une main de maître d'enfant depuis plus de cinquante ans sur le marché du jouet : « À ce jour, Barbie est vendue dans plus de 140 pays. Un million de Barbie sont vendues en moyenne chaque semaine, et à l'échelle internationale, deux poupées sont vendues chaque seconde [...] En France, les fillettes de 3 à 10 ans possèdent en moyenne 5 Barbies ! [...] et en Amérique du Nord, la moyenne est de 8 ». <sup>543</sup> Barbie n'est aucunement un

---

<sup>540</sup> Brougère, 2003, p. 134.

<sup>541</sup> Dans *La collection des jouets des arts décoratifs*.

<sup>542</sup> Parmi les ouvrages sur les poupées citons Michel Manson (éd.), *Les états généraux de la poupée*, Paris, 1985 ; sur Barbie, Marie-Françoise Hanquez-Maincent, *Barbie, Poupée totem. Entre mère et fille : lien ou rupture?*, Paris, 1998.

<sup>543</sup> Sur le site web (<http://barbie-planet.kazeo.com/barbie-les-personnages/barbie-les-personnages.r1789719.html>) consulté le 18.04.2013.



épiphénomène. Face aux diverses incompréhensions et aux critiques féministes, anticapitalistes, anti-américaines, de pédagogues et de parents, Barbie triomphe haut la main (en plastique) sur ses détracteurs et détractrices. Le culte qui entoure cette poupée et la fascination qu'elle exerce sur les enfants du monde lui confère une certaine magie et résonance. Née en 1959, cette poupée serait-elle une idole de la modernité ? La question mérite d'être posée :

Comme la statue de Diane d'Éphèse qui (selon la légende) était tombée du ciel, Barbie affecte la pose de quelqu'un qui doit être adoré, les bras raidis de part et d'autre, les mains tendues. On disait de la statue de Diane qu'elle était incomparable ; et c'est aussi ce qu'on dit de Barbie. La statue avait le tronc et les jambes enchâssées dans un fourreau ornemental ; les robes de Barbie l'enchâssent exactement de la même façon. Les nombreux seins représentés sur la statue assuraient aux adoratrices de la déesse la fertilité et la force ; la poitrine discrète de Barbie, sa taille fine et sa chevelure somptueuse semblent promettre à ses fidèles des attributs similaires. Diane d'Éphèse réalisait, pensait-on, les vœux les plus secrets des femmes ; il existe une Barbie pour chaque fantasme, de princesse à bergère.

Diane d'Éphèse recherchait jalousement la vénération de son peuple. La tradition l'associait à son frère Apollon. Par la voix des sibylles et des voyantes, elle prononçait des oracles. Sur la feuille de route de Barbie se trouvent énumérés ses principaux buts dans la vie : 1. Je veux de l'attention. 2. Je veux sortir avec Todd. 3. Je veux devenir présentatrice des informations.<sup>544</sup>

#### Illustration 10



Barbie et son caniche (sac à main et animal), Musée de la poupée de Paris (photo personnelle)

---

<sup>544</sup> Manguel, 2006, p. 171.

### 2.1.1. L'idole des jeunes filles

Que nous révèle donc la déesse de Mattel en plastique des petites filles de la deuxième moitié du XXe siècle ? La création en 1959 de la poupée Barbie a littéralement changé les règles du jeu puisqu'elle se rattache à ce que Gilles Brougère nomme « la génération de rupture ». Le premier bouleversement a résidé dans la communication et la promotion du jouet. Dans les publicités télévisées, la stratégie du groupe Mattel fut de s'adresser directement aux enfants sans passer par l'intermédiaire des parents. Le message ne leur étant plus adressé, ces derniers se sont conséquemment vus relayés au second rang. Par l'utilisation de la télévision par Mattel en tant qu'accès direct aux enfants, le rôle de la télévision entrée dans les foyers américains a été efficace. Ces publicités seront diffusées dans les émissions télévisées Walt Disney alors en partenariat avec Mattel. La publicité télévisée, quoique déterminante, n'est qu'un élément d'un mécanisme plus grand et plus élaboré. Les stratégies de promotion de la poupée ont été nombreuses. La création de clubs a été un moyen de fidéliser les enfants :

Selon un article du Nouvel Observateur qui, visiblement, utilisait la documentation maison, 300 000 petites françaises adhèrent au club où arrivent 50 à 100 lettres par jour. Des responsables soulignent l'efficacité « implacable » du club : « Notre but est d'utiliser cet outil formidable qu'est ce courrier personnalisé pour fidéliser notre clientèle de petites filles, 300 000 au départ. Et le parrainage permet d'en toucher de nouvelles. Nous avons là une cible privilégiée pour présenter nos produits ».<sup>545</sup>

Source de données personnelles des clientes pour Mattel, la création de clubs est une stratégie commerciale répandue (le club Mickey, le club des Tortues Ninja, etc.). L'importance du Club Nintendo dans l'implantation des consoles et jeux a également été étudiée.<sup>546</sup> En résumé, cette communication *touche* doublement les enfants : elle les touche parce qu'elle les prend directement pour cible, pour acteur et les contraint à la publicité mais aussi parce qu'elle leur propose d'adhérer à un club. Les enfants sont sollicités et considérés tout en étant manipulés et orientés. En résumé, Mattel vend une poupée, ses histoires et scénarios, son imaginaire et une communauté. Le deuxième point est la différence de rapport et d'utilisation à la poupée qu'entretennent enfants et adultes. Ce fut une claire rupture générationnelle. Barbie, à l'image de son ancêtre allemande directe *Lilly*, présente une image féminine unique à cette époque. La poupée Lilly, un personnage de BD née du caricaturiste Reinhard Beuthien présente dans le journal à scandales allemand *Bild Zeitung*, se positionnait en tant que contre-

---

<sup>545</sup> Marianne Debouzy, « La poupée Barbie », dans *Clio. Histoire, femmes et sociétés*, n° 4, 1996.

<sup>546</sup> Florent Gorges, *L'histoire de Nintendo*, Châtillon, 2011.

modèle féminin : « Lilly était aux antipodes de l'idéal féminin et maternel de l'époque nazie. Elle était la femme rêvée du miracle économique : impertinente, sûre d'elle, consommatrice et sexy ». <sup>547</sup> Nous remarquons donc que Lilly, personnage de BD devenu poupée, ne se dirige pas vers les enfants mais bien vers les adultes qui forment le lectorat. C'est une fois Poupée, que Lilly se verra accaparer par les enfants avant que Mattel ne mette fin à son existence. Le personnage Lilly est une femme d'après-guerre et aussi bien l'identité que le type de jeu proposés évolueront. Alors que le personnage apparaît en 1952, la poupée publicitaire verra le jour en 1955, soit quatre ans avant Barbie. De plus, le jouet, c'est-à-dire sa matérialité et ce qu'il permet d'entreprendre seront déterminants. En bref, Barbie puise dans le schéma de Lilly, l'héroïne impertinente de BD et de la poupée, et la combine avec un rapport et une pratique du jouet non conventionnel à l'époque de sa création. Marianne Debousy, en s'attachant à l'évolution historique, montre qu'aussi bien le corps de la poupée (sa position, sa flexibilité, sa taille), les poupées adjacentes, les fonctions langagières de Barbie – le corps de poupée connaît une évolution technique – que sa panoplie d'accessoires (véhicules, maisons, poupées, vêtements, boutiques, animaux) créent des possibilités d'actions de jeu continuellement renouvelées, étendues ou prolongées. Dans le cadre du jeu avec les animaux Barbie, s'ils sont un accessoire pouvant permettre le jeu et le mouvement, ils peuvent également restreindre les possibilités physiques : avoir un chien laisse les mains de la poupée libres lorsque le jouet est composé de deux parties physiques distinctes, la poupée et le chien. En revanche, lorsque le corps d'un chat est inséparable du bras de la poupée qui le tient, aussi bien le mouvement du chat que celui de la poupée sont limités dans l'espace. L'autre nouveauté est que Barbie n'incarne pas la figure de la mère. On pourrait rapporter cette caractéristique aux mythes de la modernité de la science-fiction dont nous avons parlé dans le chapitre sur le cinéma. Barbie ne joue pas à la maman et les parents sont absents de son monde. Barbie est une femme moderne qui prend plaisir à la vie d'adulte dont la non-accessibilité attire les enfants. Ce qui compte le plus est l'indépendance, la richesse, la consommation, le luxe, le jeu, le travail (plaisant) et les loisirs. Contrairement à ce que nous avons constaté avec les peluches, Barbie représente une source de critiques de la part des parents apparemment dépassés par la passation de pouvoir et le déni de la relation à long-terme avec le jouet : « En effet, pour eux, Barbie est avant tout une poupée, un objet matériel : « une poupée pour amuser les enfants », voire « un truc en plastique ». La relation à l'enfant, bien éloignée de l'idéalisme adulte, est tout imprégnée de matérialisme. Ainsi s'explique le

---

<sup>547</sup> Girveau et Charles, 2011, p. 182.

succès de la campagne de Mattel en 1967, échangeant les anciens modèles contre de nouveaux...».<sup>548</sup> Nous relevons ici la coupure entre un lien individuel matériel fermé – un enfant possède un jouet qui est unique, émotionnel et potentiellement générationnel – et un lien individuel matériel ouvert lorsque Barbie est désincarnée de l'unité matérielle de son corps unique irremplaçable. Cela dit, l'aspect jetable est à considérer avec grande précaution. Si le jouet peut se retrouver à la poubelle, il est également envisageable de le revendre lors d'un vide-grenier – une source précieuse d'acquisitions pour les collectionneurs –, de l'offrir, de le garder ou de le transmettre. Tomber dans l'excès et affirmer qu'une poupée telle que Barbie n'est que matérialiste serait trop tranché et trop idéologique. Enfin, comme ce fut souligné avec les peluches, la séparation entre la vision des parents et les actes des enfants est à faire. Les enfants et les parents ne s'y engagent pas de la même manière, ce qui s'explique en partie par le fait que dans le cas de Barbie, cette chose en plastique fut présentée comme une véritable personne aux enfants : « Barbie n'a pas été traitée comme une poupée mais comme une personne (a real-life fashion model). « Nous n'avons jamais mentionné le fait qu'elle était une poupée » rapportera l'un des responsables de la campagne. » Il n'est pas étonnant qu'ensuite, les parents (mais pas les enfants) prennent au pied de la lettre la promotion [...] ».<sup>549</sup> Celle qui n'est jamais présentée comme une poupée sera dotée d'une personnalité par la narration faite autour du jouet. La poupée idole possède d'ailleurs sa propre poupée de cire de la taille du jouet au Musée Grévin à Paris. La caractéristique de la cire est d'accentuer l'humanisation de la poupée de plastique : « La ressemblance troublante entre l'apparence de la cire et celle de la peau humaine est bien connue et a été régulièrement exploitée. Malgré l'existence, aujourd'hui, de nouveaux matériaux, celle-ci reste pratiquement inégalée ».<sup>550</sup>

Ce pouvoir de cette poupée idole sur le monde est pérenne. À l'image de sa garde-robe de rêve et de ses accessoires, ce haut personnage féminin en quête d'adulation de nos cultures, se voit habillée selon l'occasion : le Front de libération de Barbie des États-Unis combat la voie du sexisme de Barbie,<sup>551</sup> la pratique matérialiste des enfants l'enrôle dans des jeux, les mouvances ou groupes émancipatoires les condamnent. La poupée ne laisse pas indifférent mais comment résumer la fameuse Barbie lorsqu'on ne possède ni la dextérité ni

<sup>548</sup> Brougère, 2003, p. 131.

<sup>549</sup> *Id.*, 2003, p. 131.

<sup>550</sup> Denis Vidal, « Figures de cire et tableaux vivants », dans Sophie Houdart et Olivier Thierry (éd.), *Humains trop humains. Comment repeupler les sciences sociales*, Paris, 2011, p. 281–291, ici p. 285.

<sup>551</sup> À propos de la signification de la voix de l'objet, des représentations et actions engagées. L'action du front de libération des Barbie est traitée dans le documentaire *Les mystères de la voix humaine*, Arte F, 2013, 51 min. Vu sur la chaîne de télévision Arte le 22.12.2013.

l'imagination créatrice ni les accessoires de jeu d'une jeune fille ? On pourrait étudier son histoire en se centrant sur les méthodes et stratégies du groupe Mattel et en saisir par là aussi bien les aspects marketing que les impacts sur la poupée lors de sa localisation. Nous précisons que le Japon est le seul pays pour lequel Barbie fut modifiée, c'est-à-dire « adaptée ». <sup>552</sup> Nous pourrions interroger ce que nous révèle Barbie de nos sociétés : instrumentalisation des relations aux humains ( le cas du pauvre Ken !) et animaux, le consumérisme heureux à outrance, la mise en scène de sa personnalité, la question de la socialisation avec la présence du groupe d'amis qui est encore une fois un élément central d'un univers proposé aux filles, etc. Culture de masse, culture des adolescents, culture américaine d'après-guerre, culture mondiale, les éléments de recherche sont là. En ce qui nous concerne, nous avons retenu les points suivants. Premièrement, l'évolution du corps de Barbie vers une plus grande manipulation et interactivité. On peut se demander si ses accessoires – famille, animaux, objets, vêtements – ne sont pas assimilables à des membres ou parties externalisés du corps. Barbie semble bien vivre et exister par ses objets, véritables organes ou membres externes. Ces objets constituent la base ludique. Du côté de l'interactivité, comme les poupées enfants, certains modèles Barbie ont été augmentés par l'électronique : ils possèdent une voix exprimant une personnalité. Un groupe d'activistes a accompli un acte politique audacieux et symbolique qui en a relevé les profondeurs :

Dans les années quatre-vingt, un groupe de féministes acheta dans un magasin de jouets renommé un certain nombre de poupées parlantes Barbie et GI Joe et les ramena quelques jours plus tard après avoir échangé leurs boîtes vocales. Les clients qui achetèrent alors les jouets trafiqués s'aperçurent que lorsque leurs enfants activaient les voix des poupées, Gi Joe gémissait d'une voix de petite fille : « J'ai envie d'aller faire les courses » tandis que Barbie grondait d'un ton féroce : « Tue, tue, tue ! ». <sup>553</sup>

Deuxièmement, c'est la forte humanisation de la poupée dans sa promotion publicitaire mais aussi sa réception qui a été constitutive du devenir de l'aura de cet objet. Chez Barbie, dès le départ, la critique fut prononcée : « Ce qui a peut-être contribué à donner à Barbie le statut d'une personne, ce sont les réactions qu'elle a suscitées chez les psychologues, les éducateurs et les médecins. Ils lui ont attribué un pouvoir, une influence que l'on associerait davantage à une personne réelle qu'à un morceau de plastique de 29 cm. Cela était surtout vrai dans les années qui ont suivi l'apparition de Barbie ». <sup>554</sup> Pour des éducateurs, la poupée Barbie mettrait un terme à l'enfance en plongeant les petites filles dans le monde adulte, les amputant

---

<sup>552</sup> Debouzy, 1996.

<sup>553</sup> Manguel, 2006, p. 171.

<sup>554</sup> Debouzy, 1996.

de leur âge réel et du jeu plus adapté. Les polémiques ont participé à la construction identitaire sociale de la poupée. Enfin, cette confusion nous conduit à préciser que Barbie est un symbole qui se rattache à des logiques globales de transformations sociales. Cette poupée mannequin les a d'une certaine manière mis à disposition des enfants : « [...] la « révolution » Barbie c'est aussi celle de toute une société qui distingue de moins en moins le faux-semblant de la réalité. Née dans les années 1950 et triomphante dans les années 1980, la poupée Barbie n'est qu'une forme de plus du produit d'un imaginaire social que minent les confusions entre le réel et les simulacres de toutes sortes ».<sup>555</sup>

### **2.1.2. Barbie, la poupée qui « a du chien »**

Vendues dans le monde avec un succès pérenne, l'indétrônable Barbie, sa famille et ses amies se sont entourées de nombreux animaux. Barbara Millicent Roberts de son vrai nom aurait possédé plus de 40 animaux comprenant chevaux mais aussi chiens, chats, un panda, un club de lions et même un zèbre<sup>556</sup>. En ce qui concerne les livres papier, un élégant caniche blanc tenu en laisse est présent sur la couverture d'un livre de la série de romans des années 1960, à savoir *Barbies New-York summer*. Le caniche et son apparence soignée intensifient le marquage du positionnement social de la poupée. Alors que ces livres mettent en scène des chiens anonymes, dans d'autres livres, Barbie a côtoyé des chiens Disney telle que la belle du classique de Disney, *La belle et le clochard*. Le partenariat entre les entreprises Mattel et Disney provoque des rencontres inattendues. Aujourd'hui, les chiens se retrouvent dans les histoires des livres : leur présence s'est banalisée. Ce phénomène que l'on retrouve dans des univers culturels d'enfants s'est lui aussi normalisé, voire intensifié comme nous l'avons vu dans le cadre de la presse de jeunesse.

En ce qui concerne les jouets, de la même manière, à côté du chien, le chat, représenté en tant qu'animal de compagnie proche, propre et mignon, apparaît de manière plus régulière depuis quelques années. Les représentations du chat, c'est assez net au regard des nouvelles gammes de jouets, réactualisent celles du chien il y a quelques années. La prochaine évolution générale

---

<sup>555</sup> *Id.*, 1996.

<sup>556</sup> Sur le site web dédié à Barbie (<http://barbie-planet.kazeo.com/barbie-et-le-palais-de-diamant/barbie-et-le-palais-de-diamant,r1772956.html>), consulté le 18.04.2013.

que l'on retrouve chez Barbie est rajeunissement des bêtes (chiots, chatons) et la diminution de leur taille. Dès lors, des disparités sont à noter entre les espèces car si les chats et chiens sont rendus petits : le cheval est moins concerné. Ensuite, une autonomisation des animaux vis-à-vis de Barbie a été constatée : les animaux Barbie sont vendus séparément (la poupée en est absente) sous forme de peluches par Lansay. C'est le cas du caniche rose, aux yeux bleus, cils, dépourvu de griffes et de dents, de son chihuahua à la mode fourni avec sac de transport et appareil-photo ou encore du chat. De la poupée mannequin aux peluches ne s'interposent que quelques pages de catalogues de jouets ! L'absence totale dans les gammes actuelles du Lévrier afghan apparu dans les années 1970 nous laisse présager qu'il a disparu de l'offre.<sup>557</sup> Dans l'espace des jouets, les animaux sont généralement associés à ses métiers – *Barbie docteur de zoo* (2008), *Barbie vétérinaire d'animaux* (2009), *Barbie styliste d'animaux* (2008) – à ses loisirs, ses maisons, ses véhicules mais encore ses décors (C'est le motif Carlin sur la tente de camping). Voici quelques jouets récents : *Barbie se balade avec ses chiens* (un Golden retriever et un chien dans une poussette) ; *Barbie coffret clinique de chats* ; *Barbie la course des chiots* ; *Barbie shampouine* ; *Barbie cheval de dressage*, etc.

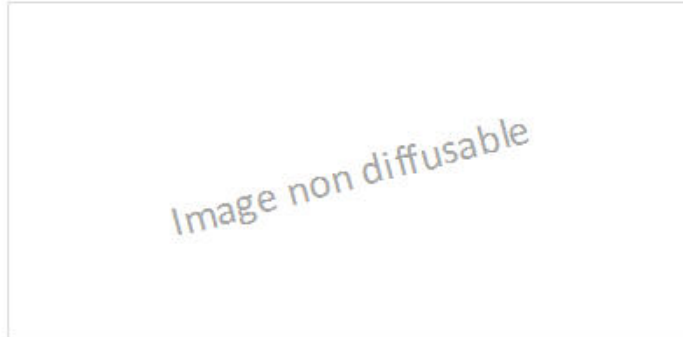
Le set, selon le scénario ludique qu'il propose, adapte le chien en conséquence. La plasticité du chien de la bande dessinée s'y exerce aussi : de même que Bill (Boule et Bill) manie ses oreilles, c'est avec ses oreilles que le chiot jouet nage dans la piscine fournie à l'achat dans le jouet *La course des chiots*. D'autres jouets proposent des chiots ne savant pas nager. Ils auront donc besoin d'une bouée ou d'apprendre à nager avec Barbie : « Barbie et les chiots nageurs, ils sont trop mignons quand ils nagent ».<sup>558</sup> En tant qu'accessoire, avec *Barbie natation*, le chien jouet a la capacité de nager. Il existe d'autres sets de jouets associant le chien à l'eau. Le jouet Barbie et le bain des chiens permet de faire tourner les chiots. Il faut activer le bras de Barbie via un presseur situé dans son dos afin de le frotter, le sécher et le tenir : « Ça tourne, ça mousse, c'est top / Un peu de shampoing, Barbie frotte bien / Puis de l'eau. Ils sont tout beaux / Barbie fait aux chiens un gros câlin, WOW / Aide Barbie à prendre soin de ses chiots / Barbie et le bain des chiens » (publicité télévisée). En résumé, dans la piscine comme dans la baignoire, Barbie aime s'entourer de chiens :

---

<sup>557</sup> Constaté à l'exposition sur Barbie « *Zwischen Alltag und Glamour* », 22/02/2013 - 06/10/2013 [Barbie, entre quotidien et glamour] au musée municipal de la ville de Bergkamen (Allemagne).

<sup>558</sup> C'est la dernière phrase de la publicité télévisée française *Barbie chiots nageurs*.

Illustration 11



Barbie se baigne avec son chien et ses chiots dans une piscine assortie au maillot de bain

Le dressage du chien est un autre élément du jeu à la poupée Barbie. Il n'est donc pas réservé au cheval. Barbie est efficace. Les chiens lui sont obéissants : « Quand Barbie tape dans ses mains, les chiens lui obéissent et accourent »<sup>559</sup>. Contrairement au cheval, le chien de Barbie est surtout un animal citadin présent au sein de la maison et de lieux canins tels que le salon de toilettage. Cela n'évacue pas la possibilité pour le chien de sortir de cette zone. Il existe des sets de jouets dans lesquels le chien est installé dans la voiture ou accompagne Barbie en vacances au camping. La poupée mannequin n'abandonne pas son chien au bord de la route lors de départs en vacances ! Son comportement se montre même exemplaire lorsque la poupée de Mattel ramasse les crottes de chien : le jouet *Barbie et son chien Tanner* (2006, USA) simule la digestion du chien. La poupée Barbie est munie d'un aspirateur à crottes ! Ainsi, la promenade, la beauté, l'hygiène, le dressage, l'habillement, le jeu, la nourriture et la démocratisation du luxe sont une affaire de chien de compagnie. Les chiens de sécurité, de police, de combat ou de chasse sont inexistantes. En ce qui concerne les races canines, Barbie n'est pas accompagnée de rottweilers, dobermans, dalmatiens ou de bouledogues.

La question du registre de ses métiers est un bon indicateur de la personne Barbie puisque dans la quantité de métiers effectués<sup>560</sup>, Barbie se positionne, ses quelques caprices de star

---

<sup>560</sup> Les métiers et vocations sont nombreux parmi lesquels, astronaute (1965, 1985 et 1994), parachutiste (2000), chirurgienne (1973), serveuse fontaine à soda (1998), pompière (1995), secrétaire (2007), Cowgirl (1981), pilote (1990), paléontologue (1997), prof de langage des signes (1999), designer (2008) sur le site web amateur dédié à Barbie (<http://barbie-planet.kazeo.com> consulté le 18.04.2013).



inclus, « du côté des animaux ». Barbie soigne, dresse, cajole, habille, promène, éduque, lave et sauve. Au regard des jouets, la différence de traitement entre animal de compagnie, animal de parc zoologique et animal de clinique vétérinaire est difficile à situer. La description du jouet *Barbie vétérinaire de zoo* le signale : « Barbie est vétérinaire en Tanzanie. En bermuda beige et rose, top coloré et veste courte, sa tenue est parfaite pour le climat. Elle pouponne un bébé singe et un bébé tigre. Tiens, c'est l'heure du biberon ! »<sup>561</sup> Enfin, si la poupée Barbie représente le jouet principal, les autres personnages évoluent eux aussi mais dans une moindre mesure autour d'animaux. Par exemple, sa sœur Skipper (1964 - ...) évoluant autour de chiens et chats et de nouvelles technologies (18 appareils possédés) qui, munie de son I-Pod, aime blogger, filmer et est présentée comme toujours connectée<sup>562</sup>. Il serait intéressant de savoir si dans le monde de Barbie, les rares accessoires masculins possèdent des accessoires chiens, chats, chevaux ou lapins ?<sup>563</sup> Quoi qu'il en soit, le point le plus important pour notre réflexion est que jouer avec Barbie signifie pouvoir jouer avec un accessoire animal. Il est à la disposition de Barbie et de l'enfant. En réponse à l'appel lancé par l'historien Éric Baratay visant l'étude des constructions destinées aux animaux vivants, une étude des architectures animales<sup>564</sup> des jouets serait à établir afin de faire l'inventaire : le type de niches, de meubles, de vêtements et accessoires associés au chien dans ses diverses matérialisations ludiques en constante croissance.

En ce qui a trait à la présence canine dans les films d'animation et dessins animés, la présence canine se confirme. Citons à titre d'exemple *Barbie et le palais de diamant* (2008) dans lequel « les deux amies rencontreront en route deux adorables petits chiots...et deux adorables jeunes hommes ».<sup>565</sup> En ce début de XXI<sup>e</sup> siècle, le chien, le chat et le cheval composent les scénarios Barbie. Ils seront les animaux attirés de Barbie, de simples présences visuelles ou des éléments scénaristiques. Le chien est malléable mais dans tous les cas scénarisé. Dans le cas de *Puppy rescue* (2015), le film d'animation a été suivi d'une adaptation en jeu vidéo :

<sup>561</sup> Sur le site web : <http://www.docteur-discount.com/jeux-jouets/jeux-de-fille-2-12-ans/poupee-poupon/barbie-veterinaire-de-zoo-p-280552.html>, consulté le 18.04.2013.

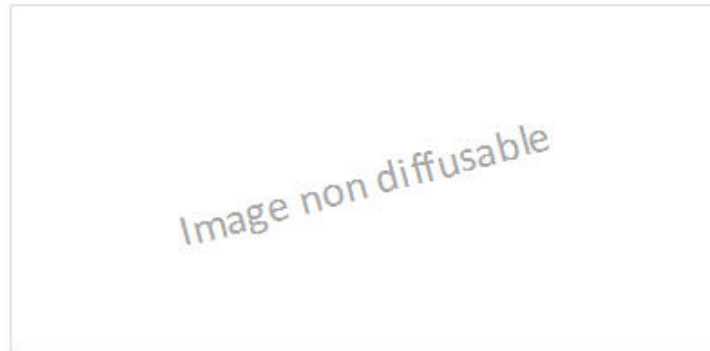
<sup>562</sup> Extrait du site web: <http://barbie-planet.kazeo.com/barbie-les-personnages/barbie-les-personnages,r1789719-2.html> consulté le 18.04.2013.

<sup>563</sup> La consultation de blogs de collectionneurs et de vente par correspondance montre que Ken aurait possédé un chien, plus précisément un berger allemand.

<sup>564</sup> Éric Baratay, « Architectures animales », dans *Histoire de l'art*, n° 49, 2001, p. 91-97.

<sup>565</sup> Sur le site web dédié à Barbie (<http://barbie-planet.kazeo.com/barbie-et-le-palais-de-diamant/barbie-et-le-palais-de-diamant,r1772956.html>) consulté le 18.04.2013.

Illustration 12



Barbie, ses soeurs et ses chiots sur la console Wii U<sup>566</sup>

Le magazine papier *Barbie* (version allemande) est intéressant à plusieurs titres. Il propose des jeux pour lesquels les animaux sont thématiques. Les coloriages proposent de colorier les vêtements de Lacey. Le chihuahua et la chatte Blissa apparaissent dans les mises en scène (le shopping, au bar à jus) et dans les petits jeux. Sur une double page coloriage intitulée la collection d'hiver pour Lacey, il est demandé de colorier avec des crayons de couleur rose et violette à paillettes les vêtements d'hiver, la gamelle, les jouets et le sofa du chien. « Quand il est froid en hiver, Lacey a aussi besoin d'un manteau et de chaussures ». Cette phrase est somme toute énigmatique, étant donné la présence du chihuahua dans sa pièce, bien au chaud. Cette double page coloriage renvoie au supplément du magazine : l'enfant reçoit un petit lot plastique constitué d'un chihuahua, son sofa, sa gamelle et son os pour lesquels il faut bricoler la chambre délivrée. On notera la forte présence de l'image dans cette chambre avec d'un côté des photographies, et de l'autre un luxueux miroir pour le chien. Il faut être Barbie pour installer une photographie de chat dans une chambre de chien ! Enfin, le magazine propose de prolonger les animaux de Barbie en dehors du contenu papier, par exemple avec une housse de couette.

Cette forte présence des animaux se retrouve sur le site web officiel de Barbie dans lequel de petits jeux en ligne (habiller, nourrir, maquiller) mettent en scène les chiens Taffy (son golden retriever attitré), Lacey (chihuahua), Scrunchie (carlin) ainsi que le lapin blanc de sa petite

---

<sup>566</sup> La date de sortie n'est pas encore connue.

sœur. De même, la nouvelle série en images de synthèse *Barbie in the Dreamhouse*<sup>567</sup> qui se concentre sur la vie quotidienne de la poupée contient ses chevaux, chiens et chiots. Le visionnage de trois épisodes – *Dauphins domestiques*, *Des chiots partout* et *Animaux (pas très) domestiques* (2012)<sup>568</sup> – permet d’appréhender d’emblée la logique ludique du contenu scénaristique : d’une part, les animaux ont les corps des jouets Barbie, d’autre part, les animaux du scénario sont les mêmes espèces ou individus que les jouets (dauphin, cheval, chien et chat). Ainsi, les chiens ont leurs corps de jouets, c’est-à-dire un corps fait de parties emboîtées, ce qui d’ailleurs, ne les empêcheront pas de perdre leurs poils. Ce sont des jouets et des corps de jouets qui se donnent à regarder. Pour en terminer, nous ferons remarquer les autres aspects du chien (et du chat) mis en scène : le fait de jouer avec l’animal et d’entretenir une relation affective avec celui-ci mais aussi les activités sportives telles l’agility, le mobilier destiné aux animaux (canapés, collier...), la présence sur les murs et les étagères de portraits des animaux de Barbie ou encore le statut d’animal de compagnie du cheval. Enfin notons que les animaux, contrairement à ce que nous avons constaté du côté du cinéma, parlent, mais sans animation de bouche. Quant à la structure de la série animée, elle se rapproche par certains aspects de sitcoms et d’émissions de télé-réalité.

Nous en arrivons aux jeux vidéo où, à l’instar de l’ensemble des déclinaisons de l’univers Barbie, l’animal le plus représenté est le cheval. Les exemples sont nombreux : par exemple, *Barbie vacation adventure* (Megadrive, 1994), *Barbie et le cheval magique* (Game Boy advance, 2005), *Barbie : aventure équestre* (Playstation, 1999), *Barbie cavalière : Stage d’équitation* (Wii, Playstation 2, PC, 2008), *Barbie Horse Adventures : Wild Horse Rescue* (Xbox, 2003), etc. Si ces différents jeux vidéo se consacrent entièrement au cheval, ce dernier apparaît aussi dans des jeux vidéo centrés sur la vie quotidienne tels que *Barbie Dreamhouse Party* (Wii, Nintendo Ds, 2013) basé sur la série animée. Là encore, le cheval est multiple et flexible, que ce soit de par son statut (un animal de compagnie, un cheval anonyme, un cheval sauvage), par les lieux de l’action (la maison, la forêt, le haras) ou de par les interactions (capturer, sauver, dresser, champouiner, participation à des concours), etc.

Venons-en maintenant au chat et au chien. Tout d’abord un mot sur le chat. La première surprise est que dans le jeu de plates-formes *Barbie at the Princess and the Pauper* (Game Boy Advance, 2004), les chats sont des avatars royaux à manipuler au sein du niveau. Pour le

---

<sup>567</sup> Cette série est composée de courts films d’animation (moins de 5 min) qui sont accessibles depuis le site web officiel.

<sup>568</sup> Visionnés sur le site officiel de Barbie, septembre 2017.

chien, si la poupée jouet est vétérinaire, la poupée avatar, celle des jeux vidéo, tient un refuge avec l'aide de sa sœur dans *Barbie sauve les animaux* (Game Boy color et PC, 2002), développé et édité par Mattel interactive. La couverture du jeu figure le registre de l'aventure : « Pars en mission de sauvetage avec Barbie ! Retrouve et soigne les animaux en détresse ». <sup>569</sup> Les captures d'écran laissent transparaître un refuge champêtre et idyllique. Les jeux vidéo sur console dédiés aux chiens sont peu nombreux. Le plus récent est *Barbie et le salon de beauté des chiens* développé et édité par THQ (Nintendo DS, Wii, 2010). Dans ce jeu, il est question de salon et de podium. Avec au départ six races canines à disposition – Bichon à poil frisé, Loulou de Poméranie, Caniche, Samoyède, Shih Tzu et Yorkshire Terrier – il faut toiletter les chiens, leur donner un bain afin d'augmenter la courbe de bonheur de l'animal. La présence de cette jauge est surtout visuelle, son influence sur l'état du chien étant nulle. Ensuite vient le dressage et l'entraînement. Au total trois catégories sont à disposition : des compétences (faire le beau, bisou !), des actions (saut, danse...) et différentes poses habituelles. Pour ce faire, il suffit de suivre les indications données à l'écran et les répéter. Un autre objectif de ce dressage est de gagner de l'argent par la prise de photos et la participation aux défilés. Barbie nous incite à acheter des accessoires, vêtements et perruques pour les chiens qui, disons-le, sont le gagne-pain vidéoludique de la poupée. D'ailleurs, Barbie ne se contente pas de l'espace du jeu vidéo puisque de vrais vêtements pour chien estampillés Barbie (pulls, t-shirts) sont en vente dans le commerce. À ces jeux vidéo sur consoles et ordinateurs, s'en ajoutent d'autres sur les sites web pour jeunes filles tout comme sur le site officiel de Barbie.

---

<sup>569</sup> Voir [http://www.jeuxvideo.com/screenshots/images/00020/00020075\\_00a.htm](http://www.jeuxvideo.com/screenshots/images/00020/00020075_00a.htm) consulté le 13.03.2014.

## 2.2. Les poupées : l'articulation ludique du réalisme et du rôle social

La poupée illustre parfaitement l'ambivalence du jouet, tantôt destiné aux enfants, tantôt destiné aux adultes, selon les périodes historiques et les milieux sociaux. Si la poupée (pupa) fait office, chez les Romains, de jouets d'enfants, elle est réservée aux adultes de la Renaissance jusqu'à la fin de l'Ancien Régime [...] François Mathey explique à quel point il est interdit à l'enfant de toucher aux maisons de poupées, de théâtre et autres crèches de l'époque. Il a seulement le droit de les contempler.<sup>570</sup>

L'histoire de la poupée dans nos sociétés, - le jeu à la poupée remonterait à l'Antiquité - montre avec quelle envergure elle fut le centre des désirs projetés sur les enfants des adultes érudits, philosophes, littéraires et pédagogues (instruction scientifique, morale).<sup>571</sup> La poupée est une intersection entre l'enfant et l'adulte, entre le jeu et le non-jeu / je. Au XXI<sup>e</sup> siècle, hormis les poupées de collection, ce jouet est destiné aux enfants. La contemplation a été remplacée par le jeu. Les rayons de magasins de jouets réservés aux filles comme ceux des catalogues de jouets sont remplis de poupées mannequins, fillettes et bébés. Historiquement, ce jouet a toujours constitué au niveau de l'amélioration des techniques, un secteur de pointe et a un lien étroit avec le monde de la mode, des vêtements et du luxe. Le caractère innovateur de ce secteur s'est notamment exprimé dans l'autre trait structurant de ce jouet qu'est la recherche de réalisme et sa fabrication : « À la fin du XIX<sup>e</sup> siècle, inventeurs et horlogers les animent en les faisant parler, marcher ou pleurer. Le bébé fait l'objet d'études approfondies pour rendre ses traits ressemblants. De Steiner à Petitcolin, les modèles et les fonctions se multiplient pour que la poupée devienne au XXI<sup>e</sup> siècle un petit être interactif ». <sup>572</sup> Les premières poupées parlantes et chantantes datent de la dernière décennie du XIX<sup>e</sup> siècle. Thomas Edison commercialise la poupée phonographe en 1889. Cette recherche qui s'inscrit dans la logique même du jeu est active dans la fabrication de peluches. Aujourd'hui, les peluches animales (chien) auxquelles on donne des ordres ludiques, qui miaulent, aboient, marchent, tournent la tête, font des saltos et tombent malade font partie de l'offre marchande. Les jouets de *FurReal Friends* sont les plus représentatifs. Cette quête de réalisme, de sonorité et de mouvement avec l'articulation n'est pas à comprendre comme étant l'exclusivité des poupées, que l'on songe aux marionnettes et aux avatars de jeux vidéo !

Pour en revenir aux poupées mannequins, il est important de remarquer que Barbie n'est pas l'unique poupée mannequin disponible sur le marché – on pense à ses poupées sosies moins

---

<sup>570</sup> Vincent, 2001, p. 32-33.

<sup>571</sup> Manson, 2001.

<sup>572</sup> Girveau et Charles, 2011, p. 164.

coûteuses –, et encore devons-nous préciser qu'une tranche d'âge des petites filles la délaisse. « Anciennement reine chez les 4-12 ans, Barbie est aujourd'hui détrônée chez les 8-12 ans par les poupées Bratz : plus jeunes, plus pulpeuses, très maquillées, elles sont présentées par les concepteurs comme un groupe de séduisantes petites chipies, liées par une amitié indéfectible et une grande passion pour la mode ». <sup>573</sup> Ces concurrentes - les poupées *Bratz* et les *Monster High* (Mattel) - ouvrent de nouvelles voies, soit par la constitution d'un groupe de poupées (et non plus d'une poupée unique), soit par la création de nouveaux registres. Nous le verrons par la suite, le fait que les gammes de jouets proposent surtout des groupes de filles est une évolution générale : Polly Pocket, Lego Friends, etc. Face à ces tendances, Mattel a adapté Barbie et c'est précisément dans cette transformation qu'il faut appréhender les poupées afin d'y déceler le rôle de l'animal de compagnie en ajustement. Si les récentes poupées Bratz et les Monster High ne donnent pas d'emblée de chien ou chat de compagnie, ces derniers sont bien présents comme l'a montré la consultation des albums Panini des poupées Bratz. Devant reconquérir certaines tranches d'âge, le chien jouet Barbie a été ajusté en conséquence comme l'illustre la gamme *Barbie Fashionitas Chiens de star*.

Pour terminer sur des registres masculins plus guerriers, militaires et aventureux, n'omettons pas l'existence de poupées mannequins pour garçons qui incluent des chiens. Cette fois-ci des chiens reliés à la sécurité, au combat ou à la détection. Le modèle de chien et ses associations sépareront les chiens dévoués aux garçons et ceux dévoués aux filles. La poupée Barbie a eu une influence sur le développement des jouets pour garçons !

Ainsi en 1964 GI Joe, une poupée à peine plus grande que Barbie, apparaît sur le marché. On peut bien sûr relativiser la nouveauté. Ne s'agit-il pas tout simplement de l'enfant naturel de Barbie et d'un soldat de plomb ? [...] Les garçons peuvent jouer à la poupée. Mais là apparaît, la première caractéristique de ce produit, que la firme a tout fait pour qu'il ne soit jamais appelé « poupée », ce simple nom risquant d'éloigner pour toujours la clientèle masculine visée. Un nouveau segment est créé, les « action figures », figurines d'actions au développement considérable depuis cette date. <sup>574</sup>

Il n'est pas improbable qu'avec cette dualité sexuelle qui se met en place, une dualité de l'animal et une imperméabilité du chien s'installent, ceux pour filles et ceux pour garçons. De plus, il semble que les critiques s'en prennent plus facilement aux modèles de chiens (ou de chevaux) destinés aux filles qu'à ceux destinés aux garçons.

Du côté des poupées fillettes, nous prendrons deux exemples. Tout d'abord, la poupée fillette Nancy et son traîneau avec lequel elle part au Pôle Nord à la découverte d'animaux polaires. Nancy possède deux chiens complémentaires, un qu'elle tient dans les bras et le Husky qui est

<sup>573</sup> Catherine Monnot, *Les petites filles d'aujourd'hui. L'apprentissage de la modernité*, Paris, 2009, p. 75.

<sup>574</sup> Brougère, 2003, p. 147-148.

attelé à son traîneau. Il est remarquable de noter que le traitement de l'expédition polaire qui fut à l'origine de jouets suite à l'écho de l'exploration du Pôle Nord au début du siècle dernier, perdure ou se recycle dans des jouets modernes. Aventurière, Nancy est aussi citadine. Dans ce cas de figure, ce n'est plus un husky mais un chien miniature qui l'accompagne. L'autre exemple de poupée se prénomme *Evi*. Ses animaux sont insérés dans les publicités gratuites. Il s'agit d'histoires sous forme de roman-photo dans lequel les jouets qui sont photographiés sont mis en scène. Les situations rejoignent des tendances actuelles du chien que l'on retrouve dans les jeux vidéo tels que les SPA Center, la clinique vétérinaire équipée, les parcs, etc.<sup>575</sup>

Enfin, le chien apparaît au côté des poupées bébés sur leurs vêtements (images et formes) et dans leurs sacs à main, en notant qu'aujourd'hui, parce que la poupée fillette perd du terrain, les deux pôles majoritaires sont la poupée bébé et la poupée mannequin. De manière générale, ces deux types renvoient à deux types de jeu distincts : « Comme le dit très bien une petite fille interrogée « avec le bébé on parle à la poupée, avec Barbie, on fait parler la poupée ». <sup>576</sup> Dans le cas de la poupée bébé dont l'origine remonte au XIXe siècle, c'est parce que l'animal est un accessoire de l'action qu'une appréhension émerge. La poupée avec laquelle l'enfant est censée entretenir une relation est perçue comme un être qui nécessite des soins, et c'est justement par la structuration du jeu par les accessoires que le jeu s'opère. Le jeu avec la poupée et celui avec le réel, ce jeu étant de faire semblant. C'est de là que découlent son aspect répétitif et stéréotypé et conséquemment, le rôle constitutif des accessoires dans l'accomplissement de l'action :

Sur cette base, les accessoires ont deux rôles essentiels : d'une part stimuler le jeu en enrichissant les situations en permettant à l'enfant de nouveaux gestes, de nouvelles actions difficiles en l'absence de matériel – les mères soulignent combien le jeu à la poupée est relancé, d'autre part produire un effet de réel, rendre plus crédible cette copie du réel, par des accessoires qui invitent à faire les gestes mêmes de la réalité.<sup>577</sup>

Ainsi, ces accessoires rendent l'action de jeu possible, compréhensible et visible. En outre, car dans le domaine de la puériculture de ces dernières années, la somme d'objets a cru, celle de la croissance des accessoires jouets s'est par revers trouvée justifiée. Enfin, si ces accessoires rendent l'action possible, c'est parce que l'objet en question se voit adapté à l'action ludique de l'enfant si bien que l'action de l'enfant n'est pas un simple copier-coller de

---

<sup>575</sup> Le petit livret gratuit de la poupée *Evi's Welt* (Le monde d'Evi), 2011.

<sup>576</sup> *Id.*, « Le jeu à la poupée bébé et ses accessoires. Le rôle du jouet dans la structuration du jeu contemporain », dans *Ethnographica*, n° 9, 1993. Le dossier PDF de l'article est disponible sur le site de Gilles Brougère sur <https://experice.univ-paris13.fr/membres/enseignants-chercheurs/gilles-brougere/publications-et-communications-de-gilles-brougere>.

<sup>577</sup> *Id.*, 1993.

la réalité. Qu'en est-il donc des accessoires destinés aux chiens ? Si dans le domaine de la puériculture le nombre d'objets a augmenté, est-ce par effet de réel qu'une poupée de la marque *Nenuco* se voit dotée d'un animal et de son sac à main (chien réel → jouet) ? Les accessoires avec lesquels on interagit avec les animaux virtuels des jeux vidéo et applications que sont brosses, jouets, disques ou vêtements seraient-ils eux aussi un effet de réel qu'est la multiplication d'accessoires destinés aux chiens réels et à leur pendant humain (chien réel → jouet) ? Cela signifierait-t-il que le jouet est un lieu d'apprentissage du chien tel que la société, les sociétés marchandes et industrielles, et les enfants le donnent à jouer...et à vivre ? Si la présence du chien auprès d'une poupée adulte (Barbie) peut se rapprocher de la réalité sociale, la présence de chiens, chats ou lapins dans des sacs à main auprès des poupées bébés qui sont, rappelons-le des faire semblant, amène à une incompréhension du faire semblant et tout simplement de la combinaison faite. Si comme dans le roman *La planète des Singes*, la poupée justifie l'existence des humains, nous pouvons nous questionner si depuis peu, la poupée ne justifie pas aussi celle des chiens ! Se pourrait-il qu'un jour prochain, la poupée émette le son « wa-wa » ?

La poupée mannequin adulte Barbie n'est pas seule à s'entourer d'animaux. La poupée fillette Evi travaille dans une clinique vétérinaire (la BD) ou bien possède un Spa. Fait plus mystérieux, les poupées bébés possèdent des chiots. On trouve chez Nenuco des bébés qui possèdent leurs sacs à main avec animal. On trouve dans les catalogues de Baby Born des bébés qui ont des activités d'enfants, d'adolescents et d'adultes. Ces catalogues Baby Born montrent des bébés en vacances, montant à cheval, participant à des défilés de mode, dansant du Hip-hop dans la rue, conduisant des voitures cabriolets. Le bébé n'est plus uniquement un bébé, et il en appelle à d'autres jeux et renvoie au jeu à la poupée adulte de type Barbie. Simple argument de vente et / ou accessoire ludique généralisé, le chien s'est installé dans la niche écologique ludique du jeu à la poupée. Le fait de le trouver dans le jeu (de poupée) vidéo *Les Sims* ne constitue en rien une anomalie ludique. Les maisons de poupées, qu'elles soient matérielles ou virtuelles accueillent des chiens. Quant aux collections, Le musée de la Poupée de Paris en expose de nombreux dans ses vitrines :



Illustration 13



Illustration 14



Illustration 15



Le chien des poupées est un chien d'intérieur et d'extérieur (Musée de la poupée de Paris), 2012

### **2.3. Conclusion : une poupée humaine sur *La planète des singes***

Sur cette planète (du futur), les humains se trouvent sous la domination des singes civilisés et tout-puissants qui les chassent, prennent des photos des trophées de chasse, les enferment et opèrent toutes sortes d'expériences scientifiques de laboratoire sur eux. L'existence passée de l'espèce humaine sur la planète des singes est une question scientifique interdite et placée sous contrôle. Seul un couple de scientifiques ose émettre l'hypothèse, preuves à l'appui, auprès du conseil d'académiciens au pouvoir. Des fouilles archéologiques ont été menées et le personnage humain de l'histoire, après avoir subi la domination (et la protection) des singes, est mené par ce couple dissident auprès des fouilles censées justifier la présence passée d'une civilisation humaine. Une poupée interactive en devient la preuve.

Je découvre à mon tour l'objet posé sur le sable, en même temps qu'il murmure d'une voix étranglée : « Une poupée, Ulysse, une poupée ! » C'est une poupée, une simple poupée de porcelaine. Un miracle l'a conservée presque intacte, avec des vestiges de cheveux, et des yeux qui portent encore quelques écailles de couleur. C'est une vision si familière pour moi que je ne comprends pas, tout d'abord, l'émotion de Cornélius. Il me faut plusieurs secondes pour réaliser...j'y suis ! L'insolite me pénètre et me bouleverse aussitôt. C'est une poupée humaine, qui représente une fille, une fille de chez nous. Avant de crier au prodige, il faut examiner toutes les possibilités de causes banales. Un savant comme Cornélius a certainement dû le faire. Voyons : parmi les poupées des enfants singes, il en existe quelques-unes, peu, mais enfin quelques-unes, ayant une forme animale et même humaine. Ce n'est pas la seule présence de celle-ci qui peut émouvoir ainsi le chimpanzé...M'y voici encore : les jouets des petits singes figurant des animaux ne sont pas en porcelaine ; et surtout, en général, ils ne sont pas habillés ; pas habillés en tout cas comme des êtres raisonnables. Et cette poupée, je vous le dis, est vêtue comme une poupée de chez nous – on distingue des restes bien apparents de la robe, du corsage, du jupon et de la culotte – vêtue avec le goût que mettrait une petite fille de la terre à parer sa poupée favorite, avec le soin que prendrait une petite guenon de Soror à habiller sa poupée guenon ; un soin que jamais, jamais, elle n'apporterait à travestir une forme animale comme une forme humaine. Je comprends, je comprends de mieux en mieux l'émoi de mon subtil ami chimpanzé.

Et ce n'est pas tout. Ce jouet présente une autre anomalie, une autre bizarrerie qui a fait rire tous les ouvriers et même sourire le solennel orang-outan qui dirige les fouilles. La poupée parle. Elle parle comme une poupée de chez nous. En la posant, Cornélius a pressé le mécanisme resté intacte et elle a parlé. Oh ! Elle n'a pas fait de discours. Elle a prononcé un mot, un simple mot de deux syllabes : Pa-pa. Pa-pa, dit encore la poupée, comme Cornélius la reprend et la tourne en tous sens entre ses mains agiles. Le mot est le même en français et en langage simien, peut-être aussi en bien d'autres langages de ce cosmos mystérieux, et il a la même signification. Pa-pa, redit la petite poupée humaine, et c'est cela surtout qui fait rougir le mufle de mon savant compagnon ; c'est cela qui me bouleverse au point que je suis obligé de me retenir pour ne pas crier,

tandis qu'il m'entraîne à l'écart [...].<sup>578</sup>

Illustration 16



La preuve de la civilisation humaine dans *La planète des singes* (1968) est une poupée.

On peut s'imaginer que si le roman de Pierre Boulle et son adaptation avaient été une œuvre du XXI<sup>e</sup> siècle, cette poupée aurait pu être jouée par une poupée Barbie parlante : «Ken, as-tu bien shampouiné Taffy ? Ken, lui as-tu donné sa petite friandise ? »:

---

<sup>578</sup> Pierre Boulle, *La planète des singes*, Paris, 1963, p. 141-142. Notons qu'ultérieurement, cette scène a été reprise dans le premier des cinq films de la saga télévisée américaine *La planète des singes*, 20<sup>th</sup> Century Fox, 1967.

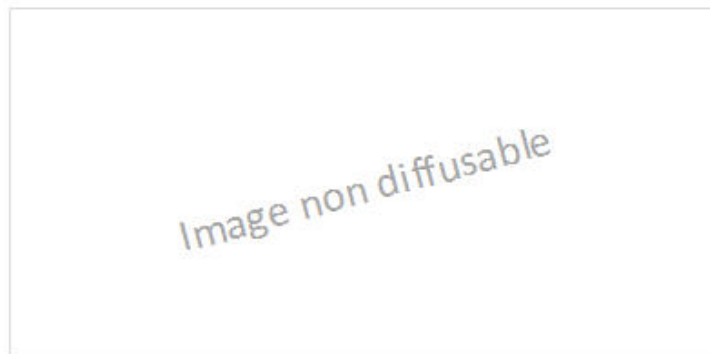
### 3. Ces figurines animales qui tiennent dans une petite main

#### 3.1. Les figurines Polly Pocket

La poupée Barbie n'est pas l'unique jouet du groupe Mattel à proposer des figurines animales. Le monde miniature des *Polly Pocket* contient lui aussi des pets avec des animaleries, des salons de beauté et des figurines Polly Pocket : les *Amies des animaux*. La consultation des catalogues de jouets et du site web officiel *Polly Pocket* a permis de définir les grandes lignes de l'offre. Lorsqu'on demande à Polly Pocket le nombre d'animaux qu'elle possède, sa réponse est affirmative : « J'en ai trop pour pouvoir les compter. J'ai des chiens, des chats, des kangourous, des singes et bien d'autres. Oh, là là ! ». <sup>579</sup>

Illustration 17

Illustration 18



Figurines *Polly Pocket* avec chiens (photographies personnelles), 2012

Avant d'être rachetés par Mattel en 1998, ces coffres jouets portables de très petites tailles étaient commercialisés par Bluebird Toys dès 1989. Les archives publicitaires disponibles de la période pré-Mattel<sup>580</sup> confirment la présence d'animaux dans les univers de jeu dès les premières années tel ce mini-coffret animaux en 1994 contenant des animaux à transporter et caresser (chien, panda, chat). À cette époque, les coffrets miniatures Polly Pocket étaient

<sup>579</sup> Sur le site officiel Polly Pocket <http://www.pollypocket.com/fr-fr/pollyworld/about> consulté le 17.03.2014.

<sup>580</sup> Un ensemble de publicités *Polly Pocket* est disponible sur le site web d'archives audiovisuelles [www.ina.fr](http://www.ina.fr) consulté le 17.03.2014.

constitués de figurines mesurant entre un et deux centimètres dotées d'une unique articulation au niveau de la taille. Le changement correspond au renouveau de l'ère Mattel : à l'image de la poupée Barbie, les figurines augmentent de taille, s'humanisent et se personnifient. Avant, les petites figurines formaient un ensemble indifférencié, peut-être comparable aux pions d'un jeu. Après 1994, Polly est devenu un personnage identifiable. Les figurines se sont humanisées et articulées.

Les exemples de jouets sont variés et au milieu des centres de loisirs et des centres d'achats, les chiens se retrouvent en tant qu'accessoires intégrés aux maisons, aux salons de beauté, en plus des jouets dont ils constituent le centre : la clinique vétérinaire, la voiture de luxe ou sous forme de bébé de maternité. Cette présence d'accessoires chiens et des chats dans les salons de coiffure, les centres d'achat, les maisons, villas et pensions de vacances de jouets destinés aux filles n'est pas une particularité de Polly Pocket. Elle est caractéristique. On la trouve du côté des figurines ou poupées accompagnées d'animaux (Barbie, Lego Friends, Playmobil, Charlotte aux fraises) et les figurines animales anthropomorphes évoluant dans des univers humains (Sylvanians, les Zoobles, les *Littlest Pet shop*, *Mon petit poney*, etc.).

Aujourd'hui, l'univers Polly Pocket est décliné en magazines, séries de films d'animation court et long-métrage, sites Internet et objets pour enfants. En ce qui concerne les jeux vidéo, les figurines Polly Pocket sont absentes si ce n'est une unique apparition sur la console portable Game Boy Advance dans un jeu sans rapport aux animaux de compagnie. Ce constat n'est pourtant pas représentatif de l'ensemble de ces figurines jouets puisque des adaptations en jeux vidéo des jouets *Littlest Pet shop*, *Lego Friends* ou *Zhu Zhu Pets* existent.

En revanche sur le site Internet, un chat apparaît aux côtés de la Polly sur la page d'accueil et dans des films d'animation. On trouve un petit jeu en ligne *Journée d'adoption d'animaux de compagnie* dans lequel Polly prépare les animaux à une journée d'adoption dans lequel il est question de préparer l'animal en quelques secondes : brosser un chat, nettoyer l'extérieur de l'aquarium afin de pouvoir voir les poissons, donner une gamelle au chien ou mettre un nœud approprié au lapin blanc.

### 3.2. Les figurines mobiles Playmobil et les briques de Lego

Créée en 1974, la figurine Playmobil, haute de 7,5 cm, devient un jouet transgénérationnel fabriqué à des millions d'exemplaires. Adaptée à la main de l'enfant, la figurine aux bras et jambes articulées, à la tête tournante accompagnée d'accessoires devient interchangeable à volonté. « Les personnages sont pensés de manière à offrir des possibilités infinies d'histoires. Leurs traits sont neutres pour permettre aux enfants de choisir et d'imaginer le caractère et l'humeur de chaque personnage », explique l'inventeur ». <sup>581</sup>

Originnaire d'Allemagne, la figurine en plastique Playmobil est connue de tous. Sa petite taille, conséquence budgétaire de la hausse des prix de la matière plastique, <sup>582</sup> son visage souriant et ses accessoires sont au centre des jeux des enfants depuis un demi-siècle. À son apparition, la figurine Playmobil a révolutionné le monde des jouets. Elle se situait entre la poupée articulée et la figurine en plomb : « Cela amène une autre manière de jouer, l'enfant peut se projeter dans les personnages, devenir metteur en scène. C'est aussi une figurine plus mixte que les figurines en plomb : la fille Playmobil arrive dès 1976 ». <sup>583</sup> Playmobil est une gamme de jouets très consensuelle qui propose aux enfants les univers de jeu adaptés tout en signalant aux parents que la tradition de l'imaginaire s'associe aux mondes de la vie réelle pour en constituer la base : « le catalogue Playmobil apparaît comme l'encyclopédie des thèmes à même de séduire les enfants ». <sup>584</sup> Dans le monde des Playmobil se côtoient en effet la police, les pompiers, les docteurs, les pilotes, les constructeurs, les fermiers, les pirates, les indiens, les explorateurs, les agents, les chevaliers, les Égyptiens, les Romains, etc. Conçu pour les enfants et les parents, Playmobil est un jouet dont les adultes cautionnent l'imaginaire contrairement à des jouets tels que Barbie plus focalisés sur le monde réel. Ce détachement vis-à-vis de la réalité consumériste l'a préservé d'une critique anticapitaliste alors que son principe ludique se base sur l'acquisition d'accessoires et d'articles supplémentaires. Le coût financier élevé des possibilités infinies d'histoires dérange moins que les accessoires des poupées mannequins !

Destinés aux enfants, les sets de jouets Playmobil contiennent des figurines animales. Parmi les figurines qui cumulent un total de plus de 3700 personnages, plusieurs thèmes centraux se composent d'animaux. Il y a ceux de western, safari, parc zoologique, ferme, Arche de Noé et

<sup>581</sup> Girveau et Charles, 2011, p. 189.

<sup>582</sup> Sur le site web officiel Playmobil ([http://www.playmobil.fr/on/demandware.store/Sites-FR-Site/fr\\_FR/Link-Page?cid=HISTORY](http://www.playmobil.fr/on/demandware.store/Sites-FR-Site/fr_FR/Link-Page?cid=HISTORY)) consulté le 21.04.2013.

<sup>583</sup> Sophie Bourdais, *La folie Playmobil*, Télérama n°3138, 06/03/2010.

<sup>584</sup> Brougère, 2003, p. 139-140.

de clinique vétérinaire. À partir des archives Playmobil qui sont disponibles en ligne sur le site web officiel, il serait envisageable de cerner avec précision l'évolution chez Playmobil du chien, mais aussi des autres espèces et races animales et des nombreuses thématiques de jeu auxquelles il se rattache. Conjointement à ce que nous avons constaté dans l'album Panini, le WWF s'est associé à Playmobil. Les boîtes de jeux *Wild Life* disponibles en décembre 2012 mettent en scène pandas, orangs-outangs, pingouins, tigres, gorilles observés et étudiés par des membres du WWF (zoologues). Ce partenariat demeure néanmoins exceptionnel. Bien qu'il marque une évolution du registre de l'action de l'humain occidental sur le monde sauvage - les animaux sont observés ou « sauvés » et non chassés - ce partenariat n'équivaut pas à un revirement de représentations : le parc zoologique, le safari, l'aquarium, la ferme et le centre équestre perdurent. Ils constituent des sets dans lesquels, nous le concédons, les animaux sont heureux.

En ce qui concerne le chien, sa présence est transversale. On le retrouve dans les cliniques vétérinaires et qu'il apparait dans les maisons, fermes, campings, centres commerciaux et même dans les mondes féeriques alors sagement installé aux portes des châteaux en cristal. Les chiens sont associés à tous types de figurines (clowns, barbares, chasseurs, unités spéciales de police, secouristes, retraités) et adaptés en conséquence. En effet, le chien de corbeille du château de princesse diffère du chien des barbares. La célèbre firme allemande située non loin de la grande capitale du jouet Nuremberg vient d'ajouter à son lot de nouveautés 2013, une collection de six familles chiens destinée aux enfants de 4-10 ans et présentée de la sorte par le site web officiel :

- 1- La journée commence au parc avec Théo qui promène la famille de Golden Retrievers. Les chiots s'amusent à rattraper la balle lancée par Théo sous le regard attendri des parents Golden Retrievers.
- 2- Marine rentre de promenade avec son Dogue Allemand et son petit. La maman Dogue Allemand surveille son bébé de près, c'est sa première sortie sans laisse !
- 3- Tim entraîne son Berger Allemand et ses petits pour qu'ils deviennent des chiens policiers. À la fin de l'entraînement, Tim a même prévu un os pour les récompenser !
- 4- Daniel et la famille de Dalmatiens passent un agréable moment au parc. Le petit dalmatien pourra-t-il rattraper le disque lancé par Daniel ?
- 5- « On fait la course ? » propose Elodie à la famille de Border Collies ! En un clin d'œil, la jeune femme s'élance sur ses rollers et ses fidèles compagnons ne tardent pas à la rattraper !
- 6- La famille de Bouviers Bernois rentre de promenade et les chiens ont faim ! Heureusement que Wilfried a déjà préparé le repas ! <sup>585</sup>

---

<sup>585</sup> Tiré du site officiel Playmobil ([http://www.playmobil.fr/on/demandware.store/Sites-FR-Site/fr\\_FR/Link-Page?cid=HUNDERASSEN13](http://www.playmobil.fr/on/demandware.store/Sites-FR-Site/fr_FR/Link-Page?cid=HUNDERASSEN13)) consulté le 21.04.2013.

Nous remarquons que le chien de compagnie est un chien racé. Il est bienveillant et non agressif. Il n'est pas un chien unique à la manière d'un enfant puisqu'il s'agit de familles de chiens. C'est un moyen stratégique d'introduire l'argument de vente que forment les chiots. Ces familles de chiens de race sont citadines pour la moitié : les chaînes de gratte-ciels et les vêtements des figurines humaines le figurent. La place primordiale du jeu dans les relations est encore à préciser ainsi que le rattachement des chiens à des figurines hommes et femmes. Cela sépare cette collection de six familles de chiens de l'autre collection de chevaux : les animaux sont dressés, seuls et montés par des figurines femmes. Le spectre des fonctions des chiens Playmobil est important : sauvetage, compagnie, police, vétérinaire.

Illustrations 19-23



Les chiens *Playmobil* accompagnent les figurines dans leur quotidien (jouets récents)

Cette transversalité anonyme et normalisée du chien est comparable à la situation des briques Lego. Les sets animaux des *Lego Duplo* (2-5 ans) et des *Playmobil 1-2-3* sont identiques (parc zoologique, la ferme) de même que les registres du chien. Lego et Playmobil ont également

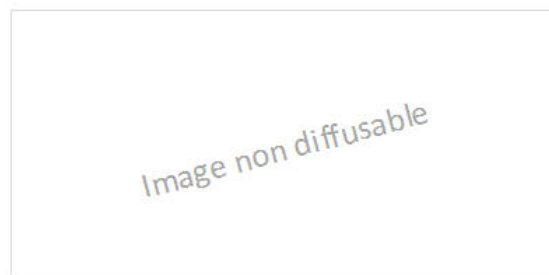


des politiques de diversification de l'offre semblables - ventes de porte-clés, de mini-figurines et développement d'applications pour smartphones - mais différent sur deux axes. Le premier est que Lego exploite de nombreuses licences du cinéma, du dessin animé et de la bande dessinée (La guerre des étoiles, Jurassic Park, Harry Potter, Marvel, Le seigneur des anneaux, etc.). Le deuxième, en lien à ce premier, est que Lego s'est lancé avec succès dans le media jeu vidéo. L'autre point de convergence est la féminisation récente de ces groupes puissants des industries de l'imaginaire et du jeu. Ces sets et figurines destinés aux filles ont la propriété de s'extraire des univers plus anciens. Chez Playmobil, le rose et le violet des catalogues et des jouets mettent en scène les centres de shopping, les boutiques de mode, les châteaux de princesses, le monde magique des elfes et les mariages de rêve. La féminisation a transformé la figurine féminine puisque la centralité du shopping dans les jeux de filles a amené les concepteurs des figurines à inventer les vêtements et les coiffures interchangeables ! Au sein de ces lieux de jeux réservés aux jeunes filles, nous trouvons des animaleries et des chiens accompagnés de consommatrices enthousiastes. Nous noterons qu'aucune modification de couleur n'a été effectuée sur les chiens, ce qui diffère des chevaux et des dragons devenus roses ou violets. Enfin, à côté de ces nouvelles gammes, les figurines féminines sont les seules à être présentes dans les sets Le centre équestre, L'école maternelle et sont entourées des enfants lors des visites aux zoos ou à l'aquarium. En résumé, la féminisation récente des jouets Playmobil s'est ancrée dans l'imaginaire de l'amour, du consumérisme, du loisir, de la féerie et de la famille. Le chien (de compagnie) accompagne cette Playmobil moderne, mère de famille, citadine, consumériste et féminisée...à défaut d'être féministe. Dans le magazine *Playmobil Girls* de mars-avril 2014 (version allemande), la Playmobil vétérinaire veille à la bonne santé des petits animaux mignons dans le besoin. Dans les scénarios des histoires et bandes dessinées du magazine, les animaux se présentent comme idiots, incapables et soumis aux manipulations. Cette mise en scène justifie ou fonde l'action ludique du joueur qui agira sur l'animal blessé avec sa figurine vétérinaire.

En ce qui concerne la gamme *Lego Friends* de Lego, l'approche diffère légèrement. La gamme propose un univers précis, un lieu unique et les figurines féminines : il s'agit du groupe d'amis composé de Stéphanie, Olivia, Andréa, Emma et Mia vivant à Heartlake City. Ces *Lego Friends* destinées aux filles de 5-12 ans ne sont pas des figurines de couleur jaunes et épousent des couleurs humaines réalistes, ce qui les rapproche des jouets Playmobil et des poupées. Les sets de jeu reprennent les lieux communs tels que la piscine, la boulangerie, la villa, le studio de musique et de danse, le salon de coiffure, le centre commercial, le café, le

studio d'enregistrement, la tournée musicale, le yacht, l'animalerie, la clinique vétérinaire, le centre équestre, l'écurie, le camp d'équitation, etc. Les animaux ont progressivement gagné en importance. Cela s'observe à l'augmentation des jouets qui leur sont consacrés. Dans le catalogue LEGO janvier-juin 2017 (version allemande), une page complète du catalogue est réservée aux chiots du groupe d'amies dans lequel sont présents une scène de concours, un salon de beauté, un parc (avec un skate), un terrain de jeux et une limousine<sup>586</sup>. Cela s'observe également à travers leur présence dans les medias puisqu'on les retrouve dans les livres *Lego Friends*, les jeux vidéo, les magazines et sur le site web officiel : « Ils sont trop mignons ! Collectionne les nouveaux animaux *Lego Friends*. Ils sont plus choux les uns que les autres et en plus tu peux t'occuper d'eux en ligne. Ils n'attendent que toi pour que tu joues avec eux ou que tu les nourrisses. Tu peux même leur acheter des accessoires »<sup>587</sup>. L'interaction ludique que permet le jeu (vidéo) en ligne fait partie de la promotion des sets de jeux. Des films d'animations d'une durée d'une minute avec les sets de jouets sont disponibles sur le site web de LEGO<sup>588</sup>. Pour conclure, il reste à préciser que la nouvelle gamme des Princesses de Disney participe à l'introduction des Pets dans les gammes de jeux. Alors que ces animaux royaux étaient au départ des accessoires des princesses. Une des nouveautés d'avril 2016 était les sets de jeux des Palace Pets : carrosses avec chiens, château, piscine et salon de beauté !<sup>589</sup>

#### Illustration 24



Le set de Lego Friends : le concours de chiots

<sup>586</sup> Le catalogue LEGO, janvier-juin 2017, (version allemande), p. 42.

<sup>587</sup> Le catalogue LEGO, juillet-décembre 2013, p. 26.

<sup>588</sup> <https://www.lego.com/fr-fr/friends/explore/vet> vu le 19.08.2017.

<sup>589</sup> Le catalogue LEGO, janvier-juin 2016, (version allemande) p. 35.

### 3.3. Les figurines animales de Schleich, Papo, Ostheimer et Tiptoi

En France et en Allemagne, trois entreprises de figurines sont bien positionnées sur le marché. Il s'agit de l'entreprise allemande *Schleich* et de l'entreprise française *Papo* pour les figurines en plastique. Pour les jouets en bois, c'est l'entreprise allemande *Ostheimer* qui se démarque.

En 2010, *Schleich* a fêté ses soixante-quinze années d'existence. Son positionnement insiste sur la qualité reconnue de ses figurines, sur leur réalisme et leur valeur éducative « Tu as droit à ce qui se fait de mieux. Confirmé et prouvé par les experts. [...] Grâce à nos univers de jeu reproduits fidèlement et modelés avec soin, toi et tes amis pourrez apprendre beaucoup de choses sur les animaux et sur l'histoire. [...] Cela associé à la qualité exceptionnelle de nos jouets, nous a valu de nombreuses distinctions »<sup>590</sup>. Les premières figurines datent des années cinquante. Les animaux y ont été intégrés au cours des années quatre-vingts. Contrairement aux figurines de licences comme *Snoopy* et les *Schtroumpfs*, les figurines animales de *Schleich* qui représentent la plus grande partie de l'offre sont censées être une réplique en miniature des mondes animaux : « Schleich. Des camarades de jeu plus vrais que nature »<sup>591</sup>.

Conçue pour la main de l'enfant et peinte à la main, cette grande variété animale de figurines est répartie en régions du globe et en milieux. La catégorie *World of Nature* regroupe les sous-catégories *Wild Life* et *Farm Life*. La catégorie *Wild Life* rassemble l'Afrique, l'Arctique et l'Antarctique, l'Europe, l'Amérique, l'Océan et la catégorie *Farm Life* regroupe les animaux de la ferme, les chevaux, les chiens, les petits animaux domestiques. En plus de ces catégories consacrées aux animaux, les univers du catalogue *Le monde des chevaliers*, *Les nouveaux héros* et les mondes de *Fantasy* de *Bayala* contiennent des chevaux, monstres animaux et des animaux de combats. En ce qui concerne la prétention d'authenticité des corps des animaux revendiquée par *Schleich*, il faut insister sur le fait que les présentations écrites du catalogue prennent certaines libertés narratives : « Au plus profond des mers : les dangereux requins et les adorables dauphins font partie des animaux qui peuplent nos océans » (p.56) ; « Les chambres d'enfants sont le théâtre d'histoires incroyables de loups qui hurlent à la lune, de ratons laveurs joueurs et d'aigles majestueux » (p.48) ; « Racés et mignons : les dogues, les carlins et les labradors font partie des races de chiens proposées par Schleich ». (p.108)

La consultation du site web officiel et des catalogues papier (2009-2017) montre qu'à l'image des figurines de *Playmobil*, certains animaux *Schleich* sont représentés en famille, et ce, dans une large variété d'ordres et d'espèces : hippopotame, girafe, léopard, chimpanzé, gorille,

<sup>590</sup> Le catalogue SCHLEICH, Jeux et collection 2012, p. 6.

<sup>591</sup> Le catalogue SCHLEICH, Jeux et collection 2011, p. 3.

zèbre, lion, suricate, buffle, tortue, panda, tigre, lynx, renard polaire, ours polaire, pingouin, manchot, blaireau, hérisson, renard, aigle, alpaga, koudou, crocodile, tortue, etc. Cette règle s'applique aussi aux animaux de ferme, les chevaux qui sont les animaux les plus représentés, les lapins, les chats et les chiens. La majorité d'entre eux est constituée de chiens de race : Labrador, Berger allemand, Bouvier bernois, Boxer, Husky, Saint-Bernard, Carlin, Dalmatien ainsi que le Boxer et l'Australian sheperd. Il existe deux corniauds dont un « qui joue porte non pas un collier mais un foulard en tissu. Il est le meilleur ami des enfants en vacances, toujours prêt à jouer, à aller chercher le bâton qu'on lui lance ou à attraper un disque volant »<sup>592</sup>. À côté des figurines vendues à l'unité existe des Set pack tels que l'arbre à chat ou le pack Agility pour le chien. De manière générale, l'offre quantitative Schleich des figurines chien est faible. Sur les 171 pages du catalogue 2009 (version allemande), le chien couvre les pages 88 à 93 et dans le catalogue 2017 (version allemande) dont la taille des pages a doublé, le chien couvre les pages 28 et 29 de la totalité des 63 pages.

En 2017, à l'instar du catalogue, le slogan de Schleich a changé. Désormais, avec « The world in your hands », les vaches laitières côtoient les toucans, les chevaux ailés, les dinosaures et les dragons sur la couverture. Un renversement s'est opéré. Alors que l'ancien slogan insistait sur l'espace et le lieu du jeu, le nouveau slogan se recentre sur la possession de cet espace et de ces figurines. Les licences se sont intégrées à l'offre - Horse club, Marvel, Justice League, Peanuts, Maya l'abeille, Dinosaurs - et l'entreprise met en vente ses propres magazines de jeunesse (*Bayala, Dinosaurs, Horse Club*), en plus de posséder une plateforme sur Internet ainsi que des comptes sur Facebook et instagram. Le site web officiel *Schleich* met en ligne des informations sur les espèces, les races, les caractéristiques corporelles, les géographies et les milieux. Il propose des coloriages, organise des concours de photographies dans lesquels les figurines sont associées à des animaux vivants et présente sa nouvelle application *schleich* pour Iphone qui permet de réaliser un photomontage virtuel avec les figurines. Cette application fait sans doute écho à la fonction réalité augmentée du jeu vidéo *Nintendogs*.

De l'autre côté du Rhin, en France, les figurines de *Papo*, une entreprise dont la création est plus récente est comparable à Schleich. Son offre est semblable et se positionne elle aussi sur la qualité du réalisme : « Une autre caractéristique des figurines Papo est en outre le soin apporté aux détails qui est unanimement reconnu. Le rendu est tel que Papo parvient à donner l'impression que ses animaux vont se mettre en mouvement »<sup>593</sup>. Les chiens, insérés dans la

---

<sup>592</sup> La présentation du chien sur le site web officiel [http://www.schleich-s.com/fr/FR/Jouets/corniauds/corniaud\\_jouant/](http://www.schleich-s.com/fr/FR/Jouets/corniauds/corniaud_jouant/) consulté le 22.04.2013.

<sup>593</sup> Sur le site web officiel [www.papo-france.com](http://www.papo-france.com) consulté le 21.06.2013.

catégorie des animaux de ferme, sont racés. Les nouvelles figurines de 2013 sont le scottish terrier, le dogue allemand, le labrador retriever et l'épagneul breton ! Enfin, *Papo* a lancé la gamme de figurines à taille réduite, les mini-Papo, c'est à dire une miniaturisation de ce qui est déjà une miniaturisation.

Les jouets figurines en bois de l'entreprise Ostheimer, qui sont adaptés aux mains des enfants, ont le slogan « Jouez avec tous les sens ». Ce slogan s'explique par le rattachement au courant anthroposophique engagé par Rudolf Steiner au début du XXe siècle en Allemagne<sup>594</sup>. Annoncées spirituelles, pédagogiques et naturelles, ces figurines – elles aussi à majorité animale – se détachent du reste de l'offre marchande sur plusieurs points. Par exemple, un certain type de bois sera choisi en rapport à la chaleur et à l'effet produit ou prétendu sur l'enfant, ce qui fera de l'animal, et ce en tant que figurine censée éveiller l'enfant, un matériel plus favorable au contact (la transmission par le bois de l'érable) et à l'imagination, la créativité. Le choix du matériau de fabrication est justifié par son bienfait et par l'opposition à la croissance de l'appareillage vidéo et informatique des foyers et des chambres d'enfants. Le primat est donné à la fabrication artisanale du jouet. L'offre est semblable. Nous retrouvons les animaux de la ferme, de la forêt, les animaux du zoo, du cirque et les créatures imaginaires en plus d'univers plus religieux (anthroposophiques). Les formes des animaux et leurs couleurs s'éloignent de la modélisation plus réaliste des figurines de Schleich et Papo tout en présentant une multiplicité d'expressions et positions des animaux. Dans le cas de l'éléphant, on trouve un éléphant trompe enroulée, un éléphanteau barrissant, un éléphant broutant, un éléphanteau trompe en avant, etc. Une autre différence avec Schleich et Papo est la présence de parcs zoologiques et de cirque. Pour le parc zoologique, des clôtures en verre, des cages, des clôtures en barreaux, des reliefs, un portail et des soigneurs sont proposés. Cette possibilité de jeu n'est pas sans dévoiler l'alliance entre représentation et utilisation des animaux dans la réalité. Il est en effet recommandé de combiner : « Die Zirkusfiguren können ideal mit den Käfigen und Figuren vom Zoo kombiniert werden »<sup>595</sup> traduisible par *les figurines (animales) du cirque peuvent facilement être combinées avec les cages et figurines du zoo*. Pour les chiens, on trouve quelques races canines dans le monde de la ferme : dalmatien, collie, saint-bernard, teckel, bouvier bernois. En résumé, les jouets en bois d'*Ostheimer*, contrairement à Schleich et Papo, se positionnent davantage dans la tradition du jouet, de la culture allemande (les contes, la religion, la forêt) et de l'artisanat. Ses figurines sont ancrées culturellement.

---

<sup>594</sup> Consulter le site web officiel [www.ostheimer.de](http://www.ostheimer.de), consulté le 22.04.2013.

<sup>595</sup> Le catalogue Ostheimer (Allemagne) 2011/2012, p.35.

Illustration 25



Des figurines chiens d'Ostheimer (berger allemand)

Géographiquement proche de l'entreprise Ostheimer, l'entreprise Ravensburger fondée en 1883 réputée pour ses jeux de société est résolument plus moderne. Les figurines de la gamme TipToi (2013) sont intégrées à ce système éducatif qui se décline aussi bien sur les livres, les puzzles et les jouets que sur les jeux. L'enseignement par l'interactivité et la découverte sont mis en avant. En pointant le livre, le jeu ou la figurine avec le stylo approprié, les quatre rubriques disponibles sont découvrir, raconter, connaître et jouer. La technologie s'appelle la technologie OID. Il s'agit d'un système de capteur optique qui transforme des codes invisibles en sons. Ces derniers qui sont imprimés sur les supports tiptoi seront enclenchés et diffusés par le haut-parleur du lecteur. Cette technologie utilise les possibilités du numérique en se passant, dans le cadre du jeu, de l'utilisation d'un écran. Des données sont téléchargeables gratuitement sur le stylo, mais c'est en dehors du temps et de l'activité du jeu.

Par son stylo, l'enfant active les sons, des histoires, des informations de l'objet. Du côté du livre interactif et des jeux (puzzle), le classicisme est de rigueur avec les animaux d'Afrique, la ferme, le parc zoologique. Des figurines animales possédant un point de contact sont principalement des animaux d'Afrique, les chevaux, des animaux de la ferme et un animal de la race canine qui est le Golden retriever. La gamme TipToi destinée aux enfants entre 4 et 8 ans est une extension de la figurine qui, par ce système audiodigital, devient non plus seulement un objet à manipuler mais aussi un jouet détenteur d'informations. Le slogan de la gamme est « TipToi et le savoir s'anime » et « TipToi rend le savoir vivant. »

#### 4. Le chien du quotidien : un chien augmenté et saturé

Parmi toutes les images destinées aux enfants, certaines ont le don d'ubiquité. On les trouve un peu partout, sous des formes différentes, et tout particulièrement transformées en jeux ou en jouets. Elles s'imposent non seulement parce qu'elles sont liées à une histoire ou parce qu'elles ont eu du succès, mais également parce qu'on les trouve partout, jusque dans les endroits inattendus pour qui ne connaît pas nos mœurs : un paquet de céréales, une paire de chaussures, un cartable, un gobelet...<sup>596</sup>

Ce don d'ubiquité de séries et icônes des mondes destinés aux enfants est observable par chacun d'entre nous. Les jeux et les jouets, pour quelques-uns, prennent place dans une ronde d'objets. La conséquence directe est la saturation de l'espace des enfants noyé dans les objets jetables et durables de ces héros et héroïnes. Les échelles de l'accaparament diffèrent d'une série ou icône à une autre. Les objets estampillés *Mickey Mouse*, *Hello Kitty*, *Star Wars*, *Spider-man* ou *Pokémon* sont nettement supérieurs en nombre aux objets de *Barbapapa*, *Sam le pompier* ou *Bob le bricoleur*. À titre indicatif, la partie « Comme mes héros » du catalogue du Père Noël de 2013 des magasins *Joué Club* permet d'avoir un aperçu<sup>597</sup>. Les *Barbapapa* (pages 127-131) se déclinent en piano, tablette, tapis, cuisine, voiture télécommandée, coffre à briques de type Lego, coffret accessoires, téléphone piano, peluches, housse pyjama, caddie, montre, lampe, tambour électronique, lampe, etc. Les poupées *Monster High* (pages 182-187) se déclinent en radio-réveil, talkies-walkies, puzzle, jeu de société, tasse, bar à ongles et tatoos, guitare, mallette de coloriage, etc. Chez la chatte kawaii japonaise *Hello Kitty* (pages 154-163), l'accaparament paraît infinie puisqu'elle se matérialise sous les objets et cultures les plus divers. *Hello Kitty* est une Pom-Pom Girl, une lampe hip-hop, un coffret de perles en bois, un circuit train, un palais féerique, une calèche tulipe, une coiffeuse, un set de peinture, le petit chaperon rouge, la petite sirène, un coffret de briques, une écurie, un costume, un microphone, un haut-parleur, une horloge, un cadre photo, un coffret bain, une boîte à bijoux, une tirelire, etc. Ce court inventaire, même s'il n'est pas exhaustif, témoigne de ce don d'ubiquité d'icônes ou de franchises. Il faut en outre se préserver de l'anti-américanisme ou de l'attaque faite au Japon visant les super-héros, la poupée *Barbie* ou *Dragon Ball* puisque la bande dessinée franco-belge a utilisé des stratégies commerciales apparentées, tout comme la fameuse *Sophie la girafe* en caoutchouc naturel ou la comédie musicale *Le petit Prince* plus récemment.

<sup>596</sup> *Id.*, *La ronde des jeux et des jouets. Harry, Pikachu, Superman et les autres*, Paris, 2008, p. 5.

<sup>597</sup> *Le catalogue du Père Noël, Joué Club La passion du jouet, Noël 2013*. La partie « Comme mes héros » se trouve de la page 104 à 188 et représente donc environ 20% du catalogue qui contient au total 435 pages.

Une fois de plus, le film d'animation *Toy Story 2* (1999) thématise ce déversement du jouet dans l'« objet du quotidien » de la vie des enfants. Alors qu'il pensait être le jouet du jeune Andy, le cow-boy Woody découvre émerveillé qu'il est le héros d'une série télévisée (marionnettes) et que son image est reproduite sur une très grande quantité d'objets allant du toaster à la tirelire. Dans certains cas de figure, ce sont ces produits dits « dérivés » qui structurent l'histoire dans sa base. Les films de cinéma *La guerre des étoiles* de Lucas et *Batman* (1989) sont un exemple de cette logique brillamment reconstruite par Alexis Blanchet dans son histoire commune du cinéma et des jeux vidéo. L'importance du produit dérivé est déterminante dans les industries du loisir.<sup>598</sup> Il serait erroné de le comprendre comme un simple supplément. En réalité, il s'agit davantage d'un renversement dans certaines œuvres ou productions audio-visuelles puisque ce sont elles qui constituent le produit dérivé des objets qui seront mis sur le marché et rapporteront de l'argent.

Les jeux vidéo sont directement concernés par cette logique économique. Les stars du jeu vidéo comme *Mario*, *Pokémon* ou plus récemment *Minecraft* déclinées en jeux, jouets et peluches sont présentes dans les catalogues de jouets. Quant au marché du jeu vidéo, le marché des « goodies » qui sont des objets dédiés à une icône ou une série est en plein essor. Il existe les figurines à collectionner, les porte-clés, les tasses, etc. Ce marché se structure autour des lieux de vente de jeux vidéo, des sites Internet en ligne, des salons et festivals consacrés aux jeux vidéo ou de la culture populaire japonaise ainsi que des boutiques des musées lors d'expositions en lien. Au Japon, la grande entreprise Nintendo a littéralement « disneyisé » l'offre marchande destinée aux enfants. Dans les années 60, Nintendo a connu une période agro-alimentaire. L'entreprise San. Ô Shokuhin fut créée en 1961 et une usine fut construite dans la proche banlieue de Kyoto, site de Nintendo : « Quelques semaines plus tard (1962), San. Ô propose au grand public un assaisonnement pour le riz nature (furikaké) à l'image des personnages Disney [*Disney Fricker*]. Différentes opérations publicitaires sont d'ailleurs lancées pour les faire connaître ».<sup>599</sup> Le succès remporté s'explique par la possibilité de recevoir les écussons Disney mais Nintendo, suite aux échecs suivants, délaissera cette branche de la production.

La nourriture ne fut pas une politique isolée de *Disneyisation* par Nintendo qui a produit des cartes de jeu, des réveils électriques (*Denki Dokei*, 1971) et divers jeux de société (dès 1963). En phase avec l'époque, *La Belle et le clochard* et *Les 101 dalmatiens* ont été vendus dans ces produits destinés aux Japonais des années 1960 pour qui de très nombreux produits Disney

---

<sup>598</sup> Blanchet, 2010.

<sup>599</sup> Florent Gorges, *L'histoire de Nintendo*, Châtillon, 2008, p. 152.



furent mis en vente par Nintendo. L'engouement pour les cartes de jeu de Nintendo a été conséquent :

Dès 1959, Nintendo parvient à décrocher un contrat qui lui permettra, en l'espace de quelques mois, de s'approprier à lui seul 80% du marché de la carte à jouer au Japon. Ce contrat, c'est la licence d'exploitation et les droits sur les personnages de Walt Disney. Déclinées en plus de 100 modèles, ces séries se vendront en millions d'exemplaires [...] C'est grâce à ces accords que Nintendo parvient en février 1962 à s'inscrire à la bourse de Kyoto et au deuxième marché de celle d'Osaka.<sup>600</sup>

En ce qui concerne les jeux de société Disney de Nintendo, les nouveautés ludiques sont faibles. Nintendo a surtout transféré les personnages Disney dans des jeux de société familiaux existants. Le plébiscite de Disney a permis à Nintendo de ressortir à la vente, c'est-à-dire de recycler des échecs commerciaux avec ce nouvel habillage : les images Disney garantissaient à elles seules le succès des ventes. Au Japon, l'ouverture du parc d'attractions Tokyo Disneyland a été l'autre moteur collatéral de ce mécanisme. Mais revenons maintenant en Europe.

L'agro-alimentaire a su saisir cette attractivité du jouet et des formes animales pour séduire les enfants : les tablettes de chocolat ont glissé des images entre les emballages et le délice des papilles et les verres à moutarde Amora ont été investis par les images des héros de la jeunesse. Nous pensons aux bonbons, aux biscuits ou aux poissons panés reconstitués en une forme générique et grossière animale<sup>601</sup> et aux marques qui se distinguent par la création des bestiaires des emballages et des publicités (papier, télévisée). Dans la France d'aujourd'hui, la journée débute avec le bestiaire du petit-déjeuner : entre le chien *Chocapic*, le lapin *Nesquik*, le toucan *Cherioos*, l'ours *Chocos*, le singe *Coco Pops* et l'abeille *Miel Pops*, le choix est à faire. L'animal-marque sert de moyen d'identification et depuis 2009, en plus de l'animal-marque et des cadeaux à disposition, ces dernières se sont transformées en des jeux vidéo sous l'œuvre conjointe de Nestlé et Dassault Systèmes qui est un leader mondial des logiciels 3D. Cela concerne les marques *Chocapic* et *Nesquik*. En intégrant la boîte de céréales dans un dispositif technique composé d'un ordinateur, du site internet de la marque et d'une Webcam, les enfants ont manié leurs boîtes de céréales et jouer à un jeu vidéo en réalité augmentée ! Cet exemple reste anecdotique mais montre que le jeu vidéo se diversifie et concerne la vie quotidienne en dehors du temps traditionnel et séparé du jeu : « Désormais, nos chères têtes blondes pourront choisir leurs produits alimentaires en fonction du jeu vidéo qu'ils proposeront ».<sup>602</sup> À ceci, n'omettons pas le site web qui propose des jeux vidéo dans lequel le

---

<sup>600</sup> *Id.*, 2008, p. 66

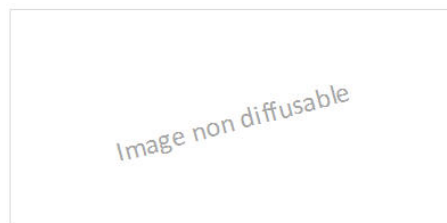
<sup>601</sup> Sur la production du poisson pané, se référer au documentaire de Christian Rohde, *Ware Tiere*, 2007, 135 min.

<sup>602</sup> Ava Eschwège, « La réalité augmentée s'invite sur les paquets de Chocapic », in *Marketing Magazine* N°136 -

chien est à diriger dans de petites aventures à jouer en ligne. Le chien du petit-déjeuner est donc occasionnellement un chien de jeu vidéo.

Le futur nous dira si la production de sites web et jeux vidéo mettant en scène ce bestiaire deviendra une norme. L'investissement par certaines entreprises de l'album Panini le laisse présager. Avant le jeu vidéo, rappelons qu'il existe la présence de surprises à l'intérieur des boîtes (une figurine, un jeu, une carte) et de petits jeux sur le dos des boîtes. Plus que d'un réel changement, il s'agit d'une continuité ludique de l'emballage orientée vers l'utilisation de ces nouvelles technologies. Enfin, pour refermer ce paragraphe portant sur l'agro-alimentaire, il est impensable de ne pas citer l'œuf *Kinder surprise* qui selon le slogan publicitaire assouvit « trois désirs à la fois » (la surprise, le chocolat, le jouet). Les enfants et les collectionneurs adultes en raffolent.<sup>603</sup> Existe-t-il un meilleur exemple d'animalisation ? La forme est un œuf. Il est noir sur le versant extérieur et blanc à l'intérieur. Il faut l'ouvrir afin de prendre la surprise contenue dans un emballage plastique de couleur jaune dans lequel se trouve une figurine ou un jouet à monter !

#### Illustration 26



L'œuf Kinder surprise, l'union de la sucrerie et du jouet

L'œuf *Kinder Surprise* tout comme le Playmobil date de 1974 et sera commercialisé en France en 1975. Aujourd'hui, il est présent dans soixante pays et plus de douze mille surprises ont été créées. Chaque année, plus de cent nouvelles surprises voient le jour. En ce qui concerne les séries de surprises de la catégorie Animaux, citons les séries à collectionner Mini Splash (1994), Crazy crocos (1993), Tiny Tortues (1993), La bande des hippos (1992), Éléphantos (1999), Petits Pingos (1995), Bingo Birds (1996), Pinky Piggs (2000), etc.

---

01/12/2009 sur <http://www.e-marketing.fr/Marketing-Magazine/Article/La-realite-augmentee-s-invite-sur-les-paquets-de-Chocapic-35972-1.htm&t=La-realite-augmentee-s-invite-sur-les-paquets-deChocapic>.

<sup>603</sup> *Kinder Surprise. Il y a une surprise dans l'air*, Paris, 2008.

L'invention de l'œuf *Kinder surprise* est une combinaison très astucieuse de la forme animale avec le jouet et le chocolat. Bien avant la technologie, l'œuf Kinder Surprise a participé à la ludification du quotidien et celle de la saturation par l'image du quotidien des enfants et adolescents. Si l'on ne joue pas avec la nourriture, la surprise de l'œuf nous permet de manger pour jouer !

Ces dernières décennies, l'avènement des nouvelles technologies, la réorganisation du temps de travail et de loisirs, tout comme des facteurs culturels plus subtils, ont introduit quelques nouveautés importantes dans l'univers ludique traditionnellement séparé du reste de l'existence. De nouvelles typologies de jeu sont apparues, qui redéfinissent les frontières et les rapports entre le jeu et la réalité, en touchant des aspects de la vie sociale qui, précédemment, ne semblaient pas avoir de rapport avec le jeu.<sup>604</sup>

Une fois le chocolat *Kinder* mangé et la surprise découverte, la dure réalité des enfants et jeunes adolescents reprend ses droits. Ils sont contraints de faire leurs devoirs à la table de leur bureau. Le chien réapparaît puisque sur les fournitures scolaires, selon deux modalités, les enfants ont le choix entre photographies de chiots ou de chiens fictifs rattachés à un univers. Ces images anonymes des couvertures de cahiers, classeurs, pochettes, trousse et cartables - chatons, chiots, chevaux, lions, ours polaires, hamsters, pingouins, licornes, etc. -, investissent les fournitures scolaires. Ici, au caractère mignon, exotique et aventureux de cette iconographie, s'ajoute celui de la protection animale et de la nature : les cahiers en papier recyclé de Bund, Greenpeace, WWF et autres associations de protection présentent eux aussi des photographies d'espèces. Dans ce registre, le chiot et le chaton seront remplacés par les loups, les aigles, des oiseaux. En plus de la photographie, des cahiers possèdent une présentation des espèces et de leur histoire en couverture (une fois la page tournée). Là encore, si certaines espèces animales se juxtaposent sur les deux fronts mignon et sauvage/curieux – le bébé éléphant, le bébé lapin, le bébé tigre, le bébé panda, le bébé ours polaire – d'autres semblent plus cloisonnés. C'est le cas du chien et du chat dans le registre du mignon. Il existe de plus les registres du fantastique, merveilleux et onirique pour lesquels le cheval, la licorne, le loup, le dauphin sont mobilisés. En ce qui concerne le chien fictif rattaché aux marques dans les fournitures scolaires et objets du quotidien, depuis 2013, la marque *TopModel* cristallise particulièrement bien sa présence dans les univers glamour destinés aux jeunes filles et adolescentes. Elle se rapproche du contenu de certains magazines pour adolescents. La licence *TopModel* propose un univers adolescent centré sur l'amitié, les

---

<sup>604</sup> « La vie est un jeu. De Tokyo à Buenos Aires, de chat perché aux jeux vidéo : bienvenue dans un monde ludique ! », *Courrier International*, Hors-série, octobre-décembre 2013, p.10.

soins esthétiques du corps (coiffure, maquillage), les tendances vestimentaires. Cet univers qui s'inscrit dans le « Fashion » et le registre Pop met en scène des chats et chiens de petite taille, notamment de races chihuahuas et carlins. La consultation du site web officiel laisse supputer que les races canines sont équivalentes pour l'ensemble de la zone géographique regroupant les États-Unis, le Royaume-Uni, l'Allemagne, la Hollande, l'Espagne, l'Italie, la France, la Norvège, la Suède, la Finlande et le Danemark. En présence d'une jeune *TopModel*, le chien sera dans un sac à main ou tenu contre le corps. La proximité des corps est donc forte et parmi les catégories qui définissent les jeunes *TopModels* qui sont l'horoscope, la devise, l'objet préféré, le style ou la couleur des yeux se trouve la catégorie Pets. Pour illustration, cette carte d'identité ou portrait de la Topmodel Christy qui est blonde, mesure 177 cm, aime son Chihuahua Bijou, acheter des chaussures et visiter des blogs.<sup>605</sup> En naviguant dans la partie boutique du site web officiel, ces animaux apparaissent sur différents objets en vente tel que *Top Model Dogg* qui est un carnet de croquis qui propose des croquis d'adorables chiens à colorier et à habiller à l'aide des stickers qui sont inclus. Ce cahier présente également des modèles déjà apprêtés. Avec TopModel, l'intégration de chiens (et chats) à des mondes d'adolescentes montre qu'elle ne se limite pas à des jouets destinés aux enfants comme Barbie, Polly Pocket ou Lego friends. Ces chiens et chats « Fashion » se présentent en tant qu'élément constitutif destiné et dévolu aux jeunes filles dans leur construction sociale : le primat du groupe de pairs, le rattachement à la mode et le luxe, le primat de l'esthétique, etc. Sous un angle plus sociologique et ethnologique, le matériel scolaire est à repositionner, mais en partie seulement, dans des logiques de constructions identitaires. Un matériel de partage et reconnaissance sociale auprès de ces groupes de pairs, notamment à l'école et auprès de ces groupes d'ami(e)s et ennemi(e)s. Les logiques de distinction engagent les chiens dans la construction du genre et de l'âge. L'anthropologue Catherine Monnot en a brillamment étudié les tenants dans son analyse de l'apprentissage de la féminité :

Par le biais des médias de masse notamment, les filles du primaire créent une culture de groupe originale, constituée autour d'activités fédératrices, avec ses référents (échappant en grande partie aux adultes qui les entourent), son langage, ses codes, ses pratiques et ses variantes [...] Ce processus n'est pas sans rappeler l'analyse de Pierre Bourdieu sur la recherche de « distinction » sociale des individus, au travers de goûts et de styles de vie différenciés d'une classe à l'autre. François de Singly ayant complété cette théorie avec la variable de l'âge, qui pousse les individus les plus jeunes à se démarquer des plus âgés par leurs choix culturels, nous pourrions parler ici de « triple distinction » au regard de la variable du sexe. En effet, il s'agit d'apparaître à la fois autrement qu'en simple « enfant de », mais

---

<sup>605</sup> Tiré du site web officiel *TopModel* sur <http://us.stylemodel.com/us/profile/christy> consulté le 16.09.2013.

aussi de se positionner en tant que « fille » et en tant que « grande ».<sup>606</sup>

Illustration 27



Illustration 28



Objets du quotidien : Top Model (gauche) et Barbie (droite)    Un cahier Top Model (Photo personnelle), 2014

Plus légitime auprès des pédagogues et des parents que TopModel, la société Ravensburger dont nous avons évoqué les figurines « interactives » jouit d'une solide réputation basée sur la qualité matérielle et pédagogique de son catalogue. Sa consultation nous renseigne sur la présence régulière du chien, du chat et du cheval sous formes de motifs ou de photographies dans les activités manuelles et intellectuelles que sont les puzzles, la peinture, le moulage, le dessin, la mosaïque, les perles, et les bijoux. L'existence de puzzles interactifs destinés aux enfants entre quatre et six ans montre la modernisation à l'œuvre de pratiques que l'on aurait pu croire figées dans le temps et non modifiables. En appuyant sur le puzzle, le micro émet des sons, diffuse des informations et pose des questions à l'enfant devenu joueur.<sup>607</sup>

Plus généralement, le chien se retrouve dans des jeux de société qui ne sont pas produits par Ravensburger tels que dans le Monopoly junior en tant que pion Fox-terrier ou en tant que jeux de société destinés aux enfants comme Croc Dog ou Gav'gamelle. Dans Gav'gamelle, les joueurs doivent attraper au vol ce qui s'échappe d'une gamelle avec un marteau chien.<sup>608</sup>

---

<sup>606</sup> Monnot, 2009, p. 18.

<sup>607</sup> Le catalogue *Ravensburger* (version allemande) 2013/14, p. 61

<sup>608</sup> *Le catalogue du Père Noël, Jouets Club La passion du jouet, Noël 2013*, p. 308-309

### III. Conclusion : V-Tech et technologie

En effet, si l'on sort, comme nous nous sommes attachés à la faire ici d'une vision strictement économique ou technologique de l'objet, il apparaît clairement que le jeu vidéo emprunte et s'inspire d'une culture ludique ancienne, et contribue à en produire de nouveaux codes. Sans être en concurrence avec le jouet, il emprunte à celui-ci des références, des personnages, des univers tandis que dans le même temps le jouet emprunte aux univers vidéoludiques des héros, des fictions, mais aussi de nouvelles fonctionnalités. Ce qui caractérise donc les relations entre le jouet et le jeu vidéo, c'est moins un rapport de rivalité que de réciprocité.<sup>609</sup>

Le jeu vidéo est un medium qui s'inscrit dans l'histoire des cultures du jeu, des cultures du jouet et de la culture (populaire) dans son ensemble en même temps qu'il l'alimente. Dans l'histoire mondiale des jeux vidéo, Nintendo a été l'entreprise pérenne dont la relation avec le jouet a été la plus étroite. Historiquement, avant la production de jeux vidéo, Nintendo a produit des cartes à jouer, a inventé et vendu des jouets et jeux de société. Ensuite, parce que face à ses concurrents SEGA, Sony et Microsoft recherchant un public plus adolescent, plus « branché » et plus adulte, la culture de Nintendo a toujours été plus enfantine. Quelques-unes de ces icônes (Yoshi, Kirby) et le design des consoles de jeu (Game Cube, Nintendo 64) en témoignent.

L'intelligence de Vincent Berry est d'historiciser le jeu vidéo, d'en montrer la généalogie et la « famille ». Intégrée à une recherche en sciences sociales sur les animaux, ce type d'analyse se révèle fécond puisqu'il rend compte des affinités électives de cet objet réservé à l'enfant qu'est le jouet avec ce jeu réservé à tout le monde, le jeu vidéo. Mais alors que l'association entre le jouet et la représentation animale est évidente, la présence des animaux dans les jeux vidéo l'est beaucoup moins. Pourtant, sans même avoir recours à la diversité de monstres de science-fiction et d'ennemis que les avatars des jeux vidéo doivent combattre, capturer ou détruire, trois lieux fondateurs se retrouvent dans les jouets et les jeux vidéo : les animaux de parcs zoologiques, de ferme et de la maison.

L'écriture d'une histoire des animaux dans les jouets permettrait d'en définir les spécificités et les influences. Comme chacun peut s'en apercevoir, dans le royaume des jouets, les animaux sont partout, des peluches aux jouets électroniques en passant par les figurines, les puzzles et les jeux de cartes. Objet de plaisir frivole que l'on manipule, une dernière catégorie de jouets reste à citer : le jouet pédagogique. L'essor des jouets et jeux d'entreprises anciennes comme Ravensburger rend compte de l'importance donnée à l'apprentissage. Dans un autre registre,

---

<sup>609</sup> Vincent Berry, « Du jouet au jeu vidéo et réciproquement », dans Bruno Girveau et Dorothée Charles (éd.), *Des jouets et des hommes*, Paris, 2011, p. 78–85.

les catalogues de l'entreprise V-Tech associent la technologie et l'apprentissage. Jouer ne doit plus être une perte de temps, il faut jouer plus intelligemment ! Appréhender le livre comme étant l'unique support d'apprentissage trahit la réalité des faits.

Les animaux de la ferme, les animaux du zoo, les animaux d'Afrique ainsi que les chevaux, les chats et les chiens sont sollicités. La gamme Tiptoi<sup>610</sup> développe par exemple des quizz sur les chiens avec des cartes interactives (p.26-27) ou des sets de jeux contenant des figurines comme *La clinique vétérinaire* ou *Le golden-retriever* (p. 40-41). Du côté des catalogues de l'entreprise V-Tech qui portent le slogan destiné aux parents « Tout simplement plus que des jouets » qui contiennent figurines, consoles, ordinateurs portables, tablettes, smartphones pour bébés, appareils photos, journal intime électronique et toutes sortes de gadgets électroniques destinés aux jeunes enfants et bébés, sont présentés des robots de forme animale - ce sont les Kidiminiz et les Kiddidoggy - et des animaux électroniques, les KidiPets touch. Le Kididoggy est un robot avec un écran LCD destiné aux enfants de 5 à 12 ans. Ce robot réagit à la voix et au toucher. Fourni avec une télécommande en forme d'os, ce robot est programmé pour « jouer » vingt rôles (super-héros, dinosaure) et interagit avec l'enfant selon différents modes. Destiné aux enfants entre 5 et 12 ans, le KidiDoggy est un robot qui exécute les ordres de son possesseur, tout en manifestant son état sur son écran (catalogue V-Tech 2017, page 18). Les *KidiPets touch* sont des animaux électroniques destinés aux enfants entre 4 et 10 ans. Ils appliquent les principes du tamagotchi. Les modèles (Poney, chien, chat) sont des animaux à nourrir, entraîner et promener. Le jouet dispose d'un écran tactile, d'un microphone et d'une fonction réveil (Catalogue 2013, p. 17). Le jouet a été décliné sous forme de montre - le kidipets Watch - et une deuxième version (Catalogue 2015/16, p. 81). Citons encore les Kidiminiz (catalogue 2012, p.14) et le Kidicat qui interagissent entre eux grâce à des capteurs infra-rouges. Ils sont destinés aux enfants à partir de 4 ans. En résumé, l'offre de l'entreprise V-Tech montre que les animaux électroniques sont présents au sein du jouet dit pédagogique et technique.

L'illusion de la vie dans le jouet se matérialise par l'animal, les peluches de *Fur Real*, les Furby et la robotique de loisirs dans son ensemble en sont les tenants.<sup>611</sup> Le chien, de par sa place auprès des humains, est décliné sous de multiples formes et interactions ludiques. Devenu peluche, la ressemblance à une race vivante et la qualité de son poil seront privilégiés dans la retranscription du chien vivant. Devenu robot, le mouvement dans l'espace et

---

<sup>610</sup> Le catalogue *Tiptoi* de Ravensburger (version allemande) 2017.

<sup>611</sup> Il est de se référer aux travaux de Michel Nachez.

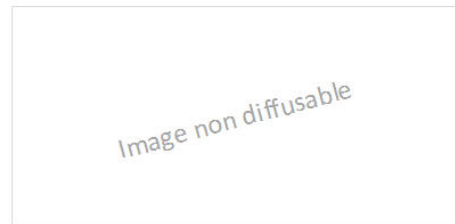
l'interactivité seront privilégiés. La fascination qu'opère la robotique (de loisirs) sur nous ne doit pas aboutir à nous focaliser exclusivement dessus. En plus d'étudier le jouet animal dans sa constellation médiatique, c'est dans ses spécificités (fonctions et manipulations) que le jouet doit être appréhendé. La question ne consiste pas à hiérarchiser les jouets mais de s'attacher à en comprendre les réciprocités et distances. Le chercheur devra consulter les archives et les collections de peluches comme les modes d'emploi de robots chien.

Illustration 29



Günther Pfeiffer, Steiff sortiment 1947-1999 (1999)

Illustration 30



Le robot chien Zoomer (2013)

Nier le bouleversement amené par les animaux électroniques et les robots vis-à-vis des jouets plus classiques comme la peluche, la figurine ou l'accessoire aurait des conséquences directes sur notre propension à les définir. Le discours publicitaire portant sur la proximité avec l'animal vivant est riche de sens : « c'est comme », « c'est mieux » ou « c'est presque » indiquent que le chien vivant sert (toujours) de modèle inaccessible. L'énergie avec laquelle nous tentons de le recréer et le reproduire est à la hauteur de notre incapacité à atteindre cet objectif. Notre besoin de commodité, notre intelligence technique et notre égoïsme nous conduisent à reproduire des animaux vivants sous une forme ajustée et adaptée alors même que des animaux vivants (ces modèles) sont euthanasiés quotidiennement sans que la société des hommes et des femmes s'en offusquent. Évidemment, le chien vivant n'est jamais complètement sur mesure. La robotique de loisir et les nouvelles technologies en général,



reliées par des discours scientifiques savants, appuient en effet leur discours sur la proximité au réel et la commodité. Prenons le robot chien Zoomer.<sup>612</sup> Trilingue (anglais, français, espagnol), ce robot chien a tout pour séduire. Il est une alternative peu coûteuse et pratique. Il ne mange pas et est propre, ce qui ne l'empêche pas de lever la patte. Les enfants allergiques et anxiogènes peuvent le posséder. Il a des mouvements qualifiés de naturels et n'est pas non plus dangereux puisqu'aucune visse ne dépasse - aucun vice non plus - et possède un corps robuste. Il remue la queue, exprime ses émotions avec les yeux et suit ses propriétaires. Il est drôle, obéissant et peut même recevoir un nom. Il fonctionne avec un smartphone et se recharge facilement. Appartenant à la longue liste des chiens « mieux que les vrais », Zoomer ne reste pas immobile à la manière d'une peluche ou d'un chien électronique de jouet ou jeu vidéo. Il se déplace d'en l'espace du foyer et interagit selon des programmes de plus en plus sophistiqués. Sa fonction est son slogan : « your REAL best friend ».

En 1999, le robot chien Aibo de Sony avait lancé les hostilités. L'animal vivant et notre relation semblait être menacée. L'humain et l'animal étaient face à un nouveau défi :

Finalemment, cette paupérisation, qui confine à la misère affective, débouche sur du vide. Le « prométhéisme » nippon semble n'offrir comme alternative existentielle que la solitude, la folie ou la mort. L'absence d'altérité, autrement dit son remplacement par la présence fantomatique propre à la communication virtuelle ou la présence mécanique de la robotique, signe la mort de tout Autre, en particulier celle de l'irréductible étrangeté de l'autre-animal. Or, la contribution de Jakob von Uexküll demeure un phare [...] En réponse à l'emprise de la cybernétique et à ses conséquences - la subordination de la liberté d'action et de l'imaginaire à la raison instrumentale - ouvrons une nouvelle dimension, celle d'une onto-éthologie ou onto-écologie de l'animal de compagnie. Vivre consiste à expérimenter des agencements. Par nature interexistentielle, l'altérité animale reliera des existences et des personnes suivant tel ou tel agencement.<sup>613</sup>

Aujourd'hui, le danger ne nous parvient plus uniquement des technologies du Japon et l'animal n'a pas été tué par l'arrivée des robots et des animaux électroniques. Pour le philosophe et éthologue Dominique Lestel, il s'agirait peut-être même d'une opportunité : « Face à cette « machinalité animalisée » l'homme peut renouer des relations oubliées avec l'animal pour garder son identité et la renforcer en la réinventant. Animaux et machines ne sont pas plus superposables qu'animaux et humains ».<sup>614</sup> Tout cela n'est-il pas qu'un jeu et un gadget sophistiqué ? À notre connaissance, ces chiens du futur proche ne sont pas disponibles

---

<sup>612</sup> La présentation du robot chien Zoomer est extraite du site <http://monchienrobot.com> consulté le 13.09.2017.

<sup>613</sup> Christian Talin, *Anthropologie de l'animal de compagnie. L'animal, autre figure de l'animalité*, Paris, 2000, p. 121.

<sup>614</sup> Dominique Lestel, *Les amis de mes amis*, Paris, 2007, p. 216.

dans des animaleries ou des éleveurs canins mais bien dans les magasins de jouets ainsi que les supermarchés de l'électronique. Animal de remplacement, Animal de substitution ou Animal de préparation, le plus inquiétant à nos yeux se situe dans les passages :

Chien vivant → robot ou animal électronique

Robot ou animal électronique → chien vivant

Il n'est pas improbable - comme ce fut émis dans la littérature de science-fiction, la bande dessinée ou l'animation - que le robot nous serve de terrain d'exploration et de création d'un chien anthropomorphique aux capacités démultipliées, plus ouvert et moins mécanique de celui « qui n'est qu'un chien ». Cette éventualité n'est pas à exclure. Néanmoins, la robotisation du vivant s'impose comme un modèle social, politique et économique surpuissant. Ce qui est en jeu dépasse de loin la sphère du ludique. L'interaction avec des robots, en zoomant sur les chiens, préparent les enfants au futur des sociétés anthropocanines.



## **Chapitre VIII**

### **Nintendo : Un triomphe japonais**

## I. L'histoire de Nintendo : l'As du nouveau jeu de cartes japonais

Si le Japon a connu beaucoup de succès pour ses mangas et ses animés, cette réussite est sans commune mesure avec celle qu'il rencontre dans le domaine du jeu vidéo. Ceci principalement grâce au travail d'une seule et unique société, Nintendo [...] Selon le site Internet de référence VGChartz, les dix-sept jeux vidéo les plus vendus de l'histoire sont des productions de Nintendo. Et si l'on considère les cinquante plus grands succès de tous les temps du jeu vidéo, trente-neuf sont japonais : trente-quatre de Nintendo et cinq de Sony.<sup>615</sup>

La création de la société japonaise Nintendo est antérieure à l'avènement international des jeux vidéo. Pleinement insérée dans le renouveau du Japon en constante évolution depuis la fin forcée de son isolement au milieu du XIXe siècle, la société de Kyoto Nintendo est à la fois génératrice et représentative du Japon contemporain dans sa reconstruction nationale et son expansion internationale. Qui mieux que l'ambassadeur de Nintendo Mario – un petit plombier italien bedonnant à moustache – serait à même de représenter la révolution culturelle japonaise dans sa réouverture au monde ?

Pour mieux comprendre Nintendo, il est nécessaire d'y intégrer les mécanismes qui ont abouti à la création de jeux vidéo, au succès mondial des jeux vidéo japonais et leur expansion dans le monde. Car Nintendo est un acteur principal du marché du jeu vidéo, des fondements de cette société de loisirs seront présentés dans une introduction. Cette base nous conduira au traitement du « versant animal » de la montagne sacrée Nintendo, à travers non pas l'ensemble de ses productions mais au sein des franchises les plus importantes que sont Donkey Kong, Mario, Zelda et Pokémon. Pour finir, car les jeux vidéo sont tributaires d'un système global de l'industrie du loisir, nous nous intéresserons de plus près à l'expansion plus générale de la culture populaire japonaise via le manga et l'animation.

Que nous révèle donc l'histoire de Nintendo dans la création de la console Nintendo DS et de son jeu vidéo *Nintendogs* ? Le chien fut-il un acteur mobilisé dans l'offre de Nintendo (cartes, jouets, jeux de société, jeux vidéo) précédant le succès planétaire du jeu vidéo de simulation de chiens de compagnie ? Au classement des cinquante meilleures ventes mondiales de jeux vidéo, *Nintendogs* (2005) sur Nintendo DS, se trouve à la dixième place avec 24,08 millions d'unités vendues (classement VGChartz au 21.07.2011). Notre question est la suivante : dans le jeu de cartes gagnant du géant Nintendo, le chien fut-il une carte banale ou un Joker ?

---

<sup>615</sup> Jean-Samuel Kriegk et Jean-Jacques Launier, *Art ludique*, Paris, 2011, p. 61-62.

## 1. Des jeux de cartes aux jeux électroniques portables

Après l'introduction des jeux de cartes occidentaux au Japon par les Portugais au XVI<sup>e</sup> siècle, le bouleversement date de la réouverture du pays au monde dans la seconde moitié du XIX<sup>e</sup> siècle. Les interdictions du Shogun étant désormais levées, les Japonais appartenant aux bourgeoisies de Tokyo (Edo) et d'Osaka redécouvrirent le jeu de cartes à jouer. En cette fin de XIX<sup>e</sup> siècle, le contexte de libéralisation et d'occidentalisation concrétisé par l'engouement pour les loisirs dits occidentaux est celui dans lequel l'entreprise Nintendo sera créée en 1889. La clairvoyance du dirigeant de Nintendo consista à importer des machines en provenance des États-Unis afin de limiter les coûts de production des cartes afin de fabriquer et distribuer les cartes sur l'ensemble du territoire. En ce début de XX<sup>e</sup> siècle au Japon, seuls le tabac et les médicaments sont distribués à cette échelle. C'est donc précisément la taille des jeux de cartes équivalente à celle d'un paquet de cigarettes qui a facilité leur vente dans l'archipel ! Le deuxième coup de génie a été de créer, à côté des jeux de cartes Hanafuda (« cartes de fleurs » japonaises) et des Trumps (jeux de cartes à l'occidental), les jeux Karuta dans les années 1930. La création de cartes destinées aux enfants qui nous paraît évidente aujourd'hui ne l'était nullement à cette époque. D'une certaine manière, ces cartes préfigurent la décision future du président d'acquérir les droits du géant américain de l'enfance. En 1959, le coup de poker de Nintendo a été l'acquisition des droits d'exploitation de l'image des personnages Disney. Elle a multiplié par trois son chiffre d'affaires. Ces jeux de cartes dont il existe plus de cent modèles furent un succès sans précédent. La collection des cartes a amené les enfants à posséder non pas un mais plusieurs jeux. En Europe, nous l'avons étudié précédemment, l'album Panini et ses vignettes autocollantes que l'on collectionne sont apparus à cette même période (1961). En lien direct avec l'époque de l'achat des droits, les figures Disney que l'on y trouve sont Mickey, Pluto, La Belle et le Clochard, Les 101 Dalmatiens, Peter Pan ou encore Bambi. Au Japon, cet engouement pour Disney et l'Amérique du Nord s'accompagne de celui pour les héros des Anime de la télévision et ceux du folklore japonais.

Ainsi, la consultation des cartes japonaises représenterait l'opportunité pour le chercheur d'y déceler le traitement du chien, que ce soit dans la création des personnages fictifs ou dans le traitement du chien ordinaire : dans les cartes d'*Iroha Karuta* qui sont de portée éducative, les dictons et proverbes de l'ère Edo laissent entrevoir la morale propagée : « Chien qui prend

trop de liberté se prend des coups de bâton » peut-on lire sur une d'entre elles.<sup>616</sup> Enfin, en ce qui a trait à la matière même des cartes, c'est avec un grand succès commercial et non sans problèmes judiciaires que dès 1953, Nintendo en a produit en plastique. La matière plastique, innovation révolutionnaire entre-temps devenue une véritable plaie environnementale, nous achemine aux jouets et jeux de Nintendo.

En plus des cartes dont la production perdure jusqu'à aujourd'hui, le futur géant japonais du jeu vidéo a produit des jouets, des jeux et de nombreux objets. De manière générale, ils sont comparables à ceux des enfants occidentaux, à savoir des jeux de courses, de sport, de tir, d'adresse, de logique ou de construction. Semblables au *Lego* d'origine danoise, les *N&B Block* de Nintendo (1968) ont des sets comprenant des modèles animaux à assembler, par exemple le set « zoo » (Dôbutsuen set), le set qui comprend le grand panda ou le set contenant des ours et des grues. Si l'on dénote la présence d'espèces animales d'Afrique et du Moyen-Orient comme la girafe ainsi que des jeux de chasse-safari et de capture tel que le jeu de société *Jungle Game* (1970), d'autres jeux proposent des espèces plus en lien avec la culture japonaise et son histoire: c'est la présence de la grue dans les *N&B Block*, de la chasse à la baleine dans le jeu « Catcher boat » de la série des *Mini Game Series* (1971) ou le jeu de société *Panda To Asobô Kateiban* (1972) dédié au premier panda offert par la Chine à un parc zoologique japonais. Le cas de ce panda, par la manifestation dans la société japonaise d'un engouement et d'une exploitation marchande pour un animal portant la fonction de cadeau « diplomatique », nous renvoie quelque peu à l'effervescence liée à la girafe diplomatique la plus célèbre de France.

En ce qui concerne le catalogue de jouets, nous préciserons qu'à notre connaissance Nintendo ne mit ni peluches ni poupées de type Barbie sur le marché. Ce point nous invite à émettre l'hypothèse que les jeux vidéo de simulation animale, dont le jeu vidéo *Nintendogs* est la quintessence, pourraient manifester la création virtuelle d'un jeu du même ordre sous une forme canine. De même, aucune figurine de type Playmobil n'est signalée ; ce qui est étonnant au regard de l'offre marchande de Nintendo qui s'est étendue des pâtes, boîtes de rangement, poussettes, imprimantes aux aspirateurs et périscopes. En rapport aux jouets électroniques, c'est la gamme des *Kôsenjû* (1970) constituée de pistolets optoélectroniques qui a mis en jeu des animaux. Parmi les cibles matérielles proposées, des animaux y figurent : le set *Electro Safari* nous place un guépard dans le viseur, le set *Electro Bird* un aigle royal,

---

<sup>616</sup> Florent Gorges, *L'histoire de Nintendo 1889-1980. Des cartes à jouer aux Game & Watch*, Châtillon, 2008, p. 48.

un lion dans *Lion* et un canard dans le célèbre jeu *Duck Hunt* (1976). Le changement apporté par ce dernier est que la cible est mobile et immatérielle :

Imaginez un petit projecteur à tête pivotante et projetant des images de canard en plein vol sur un mur situé à 60 centimètres de lui. Avec votre fusil en plastique démontable et chargé d'une ampoule stroboscopique, vous visez l'animal dans sa trajectoire, à une distance d'environ 4 mètres. Si vous parvenez à l'atteindre, alors le projecteur affichera une nouvelle animation, montrant l'oiseau dans sa chute accompagné du coin coin de l'animal blessé. Sur la notice pour plus de réalisme, Nintendo conseille même aux utilisateurs de créer eux-mêmes un écran illustré avec des décors de montagnes ou de forêts.<sup>617</sup>

Au début des années 1970, ce système, plébiscité par les Japonais, sera étendu dans une version arcade avec *le Laser Clay shooting system* créé en 1971. Opportuniste, le président de Nintendo convoite les salles de bowling désertées suite à l'arrivée du Karaoké afin de recycler la série des pistolets optoélectroniques. Après un démarrage très prometteur, le choc pétrolier de 1973 mit fin à l'expérience. L'entreprise en pleine expansion a lourdement été ébranlée. Les canards virtuels pourraient dorénavant voler sans aucune crainte ! Plus généralement, les jouets et jeux de tir sur animaux, combinaisons de pratiques de chasse et de pratiques ludiques de simulation notamment exercées dans les fêtes foraines, ne sont ni limitées à une époque révolue ni à Nintendo : SEGA a également proposé des jeux d'arcade de tir sur ours (ex : le jeu *Shoot the bear*),<sup>618</sup> sur raies et requins, etc.

En effet, le jeu vidéo de chasse sur animaux, en plus de l'activité de chasse intégrée à des jeux vidéo, reste d'actualité. La situation des jeux vidéo de pêche est idoine : la simulation de pêche connaît une grande popularité au Japon<sup>619</sup>. Rarement thématiqué, bien caché dans l'ombre des critiques adressées aux jeux vidéo de chasse à l'homme dont les jeux de guerre et de tir sont les cibles,<sup>620</sup> le versant ludique de la violence et des captures exercées sur une victime ou proie animale ne soulève pas de grandes polémiques. Il serait erroné d'appréhender cette mise en scène de ces violences, des activités de prédation et de tuerie, uniquement à travers le prisme du colonialisme et du néo-colonialisme bien que celui-ci soit à intégrer à l'analyse. Comme cela a été proposé dans le cadre d'une histoire animale de la première guerre mondiale, il est nécessaire de dépasser l'hypothèse selon laquelle l'humain

---

<sup>617</sup> *Id.*, 2008, p. 146.

<sup>618</sup> « Sega, de constructeur de consoles à éditeur de jeux », *IG L'esprit du jeu vidéo Hors-série* n°6, mars/avril 2013, p.120-125.

<sup>619</sup> « Jeux de pêche », *IG L'esprit du jeu vidéo*, n°12, janvier/février 2011, p.228-233.

<sup>620</sup> Tony Fortin, *La guerre*, Châtillon, 2008.

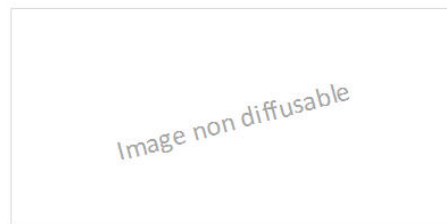


accomplit un acte de violence et de tuerie sur les animaux uniquement sous obligation.<sup>621</sup> Au sein des penchants réels des individus humains sur les animaux, l'acte de tuer est à intégrer à une analyse intègre. L'impunité spéciste humaniste, religieuse ou idéologique qui consiste à nous préserver de ce que nous nommons « la bestialité » doit être levée si les faits le confirment. Que ce soit au sein d'une zone africaine gérée par une entreprise européenne de chasse touristique<sup>622</sup> ou d'un jeu vidéo innocent, l'acte de tuer des animaux réels ou fictifs excitent certains humains. Il est question d'affrontement avec l'animal et de sa victoire sur lui : qu'importe le flacon pourvu qu'on ait l'ivresse. La pratique vidéoludique n'est pas une simple logique de remplacement. La série de jeu vidéo *Cabela's* est une série pérenne de traque et de chasse.

Illustration 1



Illustration 2



Les jeux vidéo *Cabela's Big Game Hunter Pro Hunts* sur X-box 360 (2014) et *Big Game Hunter* (2012) sur PS3

---

<sup>621</sup> Éric Baratay, *Bêtes des tranchées. Des vécus oubliés*, Paris, 2013.

<sup>622</sup> Le film (documentaire) *Safari* du réalisateur autrichien Ulrich Seidl, 2016.

## 2. La tradition de Nintendo : Des Game & Watch à la Nintendo DS

Alors en difficulté économique, l'équilibre financier de Nintendo sera rétabli par la prochaine invention de l'un de ses génies créateurs bricoleurs. Après les pistolets optoélectroniques, l'invention d'autres objets et jouets à succès, Gunpei Yokoi (1941-1997), que les medias japonais qualifieront de « Dieu des jouets » après sa mort survenue lors d'un accident de voiture, récidive brillamment avec l'invention des jeux électroniques *Game & Watch*.<sup>623</sup>

Illustration 3



Le Game & Watch *Snoopy tennis game*

En plus de permettre à Nintendo d'obtenir un bilan financier très satisfaisant aboutissant au rééquilibrage des comptes, le succès international des *Game & Watch* va rajeunir l'image quelque peu vieillissante de Nintendo et lui permettre de créer un tout nouveau marché, avant de le dominer. À l'origine conçus pour les adultes actifs pour les autoriser à discrètement « tuer le temps » dans les transports en commun, les machines *Game & Watch* se définissaient par leur sobriété et leur discrétion : la taille était celle d'une calculatrice de poche, la coque était gris métallique. C'est donc parce que les enfants les plébiscitèrent que les *Game & Watch* furent adaptés à ces joueurs enthousiastes à la nouveauté. Le succès international de ces jeux électroniques auprès du jeune public dans les années 1980 se concrétisa par la

---

<sup>623</sup> Florent Gorges, *L'histoire de Nintendo 1980-1991*, Châtillon, 2009.

production d'une offre de jeux conséquentes et d'une diversification de modèles de *Game & Watch*. Du côté des scénarios, les principes ludiques des thèmes étaient inspirés des cartoons américains appréciés par Gunpei Yokoi. Ces principes étaient accessibles : jongler, jouer au tennis, faire tomber le personnage à l'endroit prévu, éteindre un feu, etc. Le créateur japonais s'exprime sur le jeu sorti en 1982 en France sous le nom *Le pont des tortues*. Il insiste sur l'origine culturelle du scénario, la dextérité et l'importance de l'absurde :

Dans *Turtle Bridge*, le joueur doit traverser un étang en sautant sur des carapaces de tortues alignées. Mais ces dernières plongent parfois pour happer les poissons qui nagent au fond de l'eau. Le joueur doit donc veiller à ce qu'elles soient bien à la surface pour franchir la rive. Cette mise en scène est finalement assez proche du vieux conte : Le lapin blanc d'Inaba ! (NDT : ce conte populaire japonais, tiré d'une mythologie datant du VIII<sup>e</sup> siècle, met en scène un lapin très rusé qui, pour franchir une rivière parvient à berner une armée de crocodiles alignés les uns derrière les autres). En fait, je pense que les jeux électroniques deviennent amusants lorsqu'on attache une importance démesurée à une action a priori dénuée de sens ou puérile.<sup>624</sup>

L'importante présence de personnages populaires pré- ou coexistant tels que Mickey Mouse, Snoopy, Popeye, Donkey Kong, Super Mario, Zelda a renforcé ce pouvoir d'attraction. En ce qui concerne la machine, les modèles ou séries modifieront tour à tour la taille de l'écran, le nombre d'écran, le nom de la série, la taille et le poids de la machine, etc.

Véritables révolutions dans le monde du jeu électronique, du jeu vidéo et de l'interface entre l'humain et la machine, l'invention en 1982 de la croix multidirectionnelle (gauche, haut, droite, bas) permettant de se diriger très aisément à l'aide d'une pression du pouce dans la direction choisie,<sup>625</sup> l'invention d'une machine ludique à deux écrans, la multifonctionnalité de la machine (calculatrice, réveil, montre jeu), la portabilité et la petite taille annoncent la création deux décennies plus tard de la console portable Nintendo DS !

En ce qui a trait aux manifestations animales non humaines des *Game & Watch* de Nintendo, excepté la présence récurrente du chien de bande dessinée Snoopy, les chiens électroniques ne montrent pas le bout de leur nez ! À l'absence des chiens et des chats, nous notons la présence des requins en tant que représentant du danger des océans et donc de la défaite du joueur dans *Parachute* (1981) et *Life boat* (1983) ainsi que de la gigantesque pieuvre dans le jeu *Octopus* (1981). Les concepteurs ont opté pour le choix d'un animal afin de « donner vie » à l'eau et représenté un danger immédiat. C'est lui qui l'anime et la rend vivante. Pour résumer, nous émettrons l'hypothèse que dans les *Game & Watch* les animaux non personnifiés sont des

<sup>624</sup> Takefumi Makino, *Gunpei Yokoi. Vie et philosophie du dieu des jouets Nintendo*, Châtillon, 2010, p. 92-93.

<sup>625</sup> *Id.*, 2010, p. 106-110.

obstacles, des ennemis ou des supports et qu'ils ne sont jamais des associés ou des créatures à soigner.

Les jeux électroniques *Game & Watch* ont modifié les loisirs en profondeur et annoncent l'ère japonaise du jeu vidéo. La concurrence des copies légales et illégales des *Game & Watch* en Asie, la création d'un concours international de faux jeux électroniques et la grande quantité de littérature consacrée témoignent de la spécificité et impact de ces jeux électroniques. Le visionnaire Gunpei Yokoi a marqué de son génie le XXe siècle. En plus des inventions dans le domaine du jouet et du jeu vidéo, par exemple les *Game & Watch*, la croix directionnelle, la console *Game Boy* ou le jeu *Donkey Kong* - celui qui constituait avec d'autres créateurs la colonne vertébrale de la firme Nintendo a laissé un héritage. Les membres de son équipe de travail sur les *Game & Watch* sont devenus des cadres de la firme. Son « esprit » a perduré et a réorienté la politique de Nintendo. Avec le changement de présidence en 2002 qui plaça Satoru Iwata à sa présidence et Shigeru Miyamoto à ses côtés, la firme s'est réappropriée la vision ludique de Gunpei Yokoi qui consiste à privilégier les aspects sociaux et ludiques du jeu à la seule puissance technique et la recherche de réalisme. Dans cette course à la puissance pour laquelle Nintendo était désarmée face à ses concurrents Sony (la console PlayStation) et Microsoft (la console Xbox), le choix d'utiliser des technologies plus simples et existantes afin de créer une nouvelle manière de jouer a été le garant du retour du succès pour Nintendo. Un jeu se doit d'être ergonomique et intuitif. Alors que les présentations à la presse des deux nouvelles consoles de jeu Nintendo en 2004 et 2005 les annonçaient comme perdantes, la *Wii* et la *Nintendo DS* ont surclassé les machines concurrentes ! L'arme utilisée ne fut pas un jeu de guerre ou d'aventure. En effet, pour attirer les non joueurs, les joueurs occasionnels et les enfants, la console *Wii* proposa un jeu de sports, *Wii sport*. La console portable Nintendo DS lui a préféré un chien virtuel tactile :

La pierre de touche de la nouvelle stratégie de Nintendo a été sa console portable DS, lancée en 2004. Elle comporte deux écrans dont un tactile. Cela a permis de créer des jeux qui ne reposaient pas sur des combinaisons de boutons compliquées. La DS a fait un carton : Elle s'est vendue à plus de 125 millions d'exemplaires dans le monde. Le jeu DS le plus en vogue a d'abord été *Nintendogs*, où le joueur promène des chiens, leur apprend des tours, les fait participer à des concours.<sup>626</sup>

---

<sup>626</sup> « Pop Japan, Manga, cinéma, mode... Le triomphe de l'autre Japon », *Courrier international hors-série*, mars-avril-mai 2010, p.16.

Au cours de son histoire, Nintendo a su relever de nombreux défis internes et externes. Après sa victoire sur le concurrent japonais direct SEGA et sa mascotte le hérisson Sonic à la fin du XXe siècle, Nintendo a résisté aux géants de l'électronique que sont l'Américain Microsoft et le Japonais Sony arrivés sur ce marché alors dominé par la firme japonaise. Aujourd'hui, le nouveau défi à relever pour Nintendo est représenté par l'essor de la téléphonie mobile qui reconfigure en profondeur le marché des technologies et celui des jeux vidéo. Pour survivre et s'adapter aux nouvelles pratiques, les grandes licences de Nintendo que sont Mario, Zelda ou les Pokémon, sans quitter les consoles de jeu traditionnelles, intégreront vraisemblablement l'offre des smartphones. Une fois encore, aux dires des experts du marché des jeux vidéo - les amateurs se montrent plus nuancés -, Nintendo se retrouve en situation de danger face à la gratuité des jeux des réseaux sociaux (ex : Facebook) et à l'implantation de supports mobiles de télécommunications dans les pratiques ludiques des individus des sociétés modernes.<sup>627</sup> La question du futur de Nintendo est posée.

Parallèlement, nous assistons à la résurgence des jeux vidéo des années 1980 et 1990 et de la culture populaire en général. Les cultures ludiques des années 1980 et 1990 colonisent depuis quelques années les esprits des individus – la littérature historique des jeux vidéo se développe – ainsi que les étalages des boutiques réelles et virtuelles.<sup>628</sup> Nintendo exploite pleinement cette résurgence par les hommages et clin d'œil aux jeux vidéo de cette époque dont la presse sur le jeu vidéo se délecte, par la production de nouveaux jeux vidéo qui en possèdent l'esthétique « rétro » et par la vente de consoles qui ont fait la réputation de Nintendo au Japon et dans le reste du monde. L'esthétique du pixel est sur la voie de consécration. Dans le catalogue de jouets *Carrefour* de Noël 2016 (page 109), la console NES (Nintendo Entertainment system) dont la sortie au Japon date de 1983 et de 1987 en France, est vendue sous une taille réduite avec plus de trente jeux vidéo à un prix de vente très attractif de moins de 60 euros, c'est-à-dire plus de trente ans après sa création ! Cet éclat marketing n'est pas épisodique puisqu'en septembre 2017, l'autre grande console de jeu qu'est la *Super Nintendo* est apparue dans les magasins. Le succès fut de nouveau au rendez-vous. Pour résumer, nous dirons qu'au sein de « ce retour triomphant du pixel », Nintendo possède des atouts de choix avec ses consoles de jeu que sont la *Famicom* (Family Computer) / *NES* (1983), la *Game Boy* (1989) et la *Super Nintendo* (1990) et les personnages charismatiques de ces jeux vidéo. Surtout, devenus entre-temps des adultes, ces anciens

---

<sup>627</sup> Le documentaire *Nintendo Story*, Andreas Garbe, ZDF(Allemagne), 2013, 28 min, diffusé le 13.01.2017.

<sup>628</sup> Créée en septembre 2007, *Pix'n Love* fut la première maison d'édition consacrée à l'univers et à la culture du jeu vidéo.

joueurs visés par les mondes enfantins des univers proposés par Nintendo<sup>629</sup> ne demandent qu'à recommencer une nouvelle partie et appuyer sur le bouton *Start* de la manette de la console. Il s'agit d'une expérience ludique mondialisée qui se répète dans le temps. Dans une préface du livre consacré à Mario, l'historien du jeu vidéo Florent Gorges se souvient de son expérience familiale (il jouait avec sa petite sœur) et internationale : « *Super Mario Bros.* Un titre qui, à lui seul, évoque des centaines de souvenirs à tous les gamers du monde entier. Il nous a fait pénétrer dans des univers virtuels qu'aucun parmi nous n'aurait pu imaginer à l'époque, même en rêve. Appuyer sur le bouton « ON » de la NES et se saisir de sa si singulière manette garantissait un dépaysement total ». <sup>630</sup> Comme l'a montré Sébastien Genvo, Nintendo s'implante par la force d'une politique variant selon les régions du monde. <sup>631</sup> Les produits dérivés de la culture Nintendo ont colonisé tous les supports et objets en lien aux enfants : la télévision et le cinéma, le support papier avec la création en 1988 du magazine *Nintendo Power*, les albums Panini à contenu Nintendo ou la création des livres de solutions appelés « *Kôryakubon* » dont les Japonais raffolent, les jouets ou l'agro-alimentaire. Ces générations d'enfants de l'ère « Nintendo Kids », participent aujourd'hui au rayonnement de Nintendo par l'écriture de son histoire (journal, revue, livre), la visite des salons de jeux vidéo ou par le port d'un maillot Nintendo ou un simple porte-clés. Nintendo est une firme dont la connaissance et l'expérience unit les enfants de plusieurs régions du globe. En ce concerne notre recherche, car les montagnes sont sacrées au Japon, le versant de la montagne Nintendo qui nous préoccupera prioritairement est logiquement celui sur lequel la faune de pixels s'épanouit : « Ce serait un peu comme une montagne avec deux versants, l'un sans animaux, l'autre où ils sont présents, le seul selon moi éclairé d'un soleil ». <sup>632</sup>

---

<sup>629</sup> Il est nécessaire de préciser que la culture enfantine de Nintendo, si elle correspond à l'image officielle que délivre l'entreprise, n'englobe pas la totalité de l'offre vidéoludique. Dans sa concurrence avec SEGA, Nintendo, afin de s'accaparer le public plus adolescent justement ciblé par SEGA, a opéré une masculinisation ou virilisation de ses univers qui s'est traduite par la vente de jeux de quête et de jeux de combat.

<sup>630</sup> William Audureau, *L'histoire de Mario, 1981-1991. L'ascension d'une icône, entre mythes et réalité*, Châtillon, 2011, p. 10.

<sup>631</sup> Sébastien Genvo, *Le Game Design de jeux vidéo [Approche communicationnelle et interculturelle]*, Thèse, Université Paul Verlaine, 2006, p. 52-66.

<sup>632</sup> Jean-Christophe Bailly, *Le versant animal*, Paris, 2007, p. 79.

## II. Le Pixel animal de Nintendo

Dans un sondage qui est resté fameux, en 1990, Mario devient le personnage de fiction le plus célèbre chez les enfants américains. Le plombier y chipe la première place à Mickey. Si la performance est réelle, il semble bien difficile de s'en étonner, au vu de l'omniprésence médiatique de la mascotte de Nintendo. À la télé, dans les magazines, depuis la fin des années 1980 et le triomphe successif de *Super Mario Bros. 3* et *Super Mario World*, Mario est partout. Son rayonnement médiatique et la confiance solaire qu'il inspire se traduisent par des ventes colossales.<sup>633</sup>

L'histoire et l'hégémonie de Nintendo au Japon et dans le reste du monde, si elles ne se limitent pas à sa mascotte Mario, lui sont inextricablement associées. Traiter de Nintendo équivaut donc nécessairement à traiter avec ce petit plombier. Contrairement à la littérature ou à la bande dessinée, Nintendo est identifiée par sa mascotte et non par l'identité des créateurs dont seuls les initiés connaissent le nom. Représentant de Nintendo, Mario est l'ambassadeur du media jeu vidéo. Il en est le visage, le mythe et le porte-parole : n'est-ce pas lui que le philosophe Mathieu Triclot a fait dialoguer avec le philosophe Socrate afin de définir ce qu'est le jeu vidéo (un point de départ) ?<sup>634</sup>

L'ascension de Nintendo et le maintien de son assise au plan international mettent fortement son icône à contribution. C'est ainsi qu'après le premier jeu sur arcade porté sur la console de salon avec *Super Mario Bros.* (1985), la sortie d'une nouvelle console de jeu (Famicom/NES, Game Boy, Super Nintendo, Nintendo 64, Game Cube, Nintendo DS, Wii, Wii U, Nintendo Switch) s'est systématiquement traduite par la sortie d'un nouveau jeu vidéo *Mario*, véritable vitrine de jeu du géant japonais. Cette logique d'autocitation et de surexploitation des licences est une politique récurrente de Nintendo. En s'appuyant sur le plombier Mario, Nintendo a installé ces consoles de jeu dans les foyers japonais, américains et européens. L'histoire de la NES en France le démontre.<sup>635</sup> Dans cette expansion, Nintendo devra effectuer un choix de mascotte : « Le jeu s'impose par le bouche-à-oreille au Japon, par le pressing commercial aux États-Unis, et à l'usure en Europe. Et Nintendo, qui jusqu'alors n'avait jamais réfléchi en termes de mascotte, se trouve en situation de faire un choix entre Mario et Link ».<sup>636</sup>

---

<sup>633</sup> Audureau, 2011, p. 348-349.

<sup>634</sup> Mathieu Triclot, *Philosophie des jeux vidéo*, Paris, 2011, p. 7-12.

<sup>635</sup> Florent Gorges, *L'histoire de Nintendo 1983-2003*, Châtillon, 2011, p. 120-169.

<sup>636</sup> Audureau, 2011, p. 254.

Derrière le visage de Mario, c'est l'extension de la domination de Nintendo dans le secteur du jeu vidéo domestique qui s'est accomplie. Ce concours de circonstances qu'est la naissance de Mario a doté Nintendo d'une mascotte. Il aura donc fallu attendre près de cent ans d'existence pour que Nintendo créée en 1889 se dote d'une première mascotte officielle après avoir misé sur l'image de Napoléon, Tengu, Mickey Mouse, Popeye, Snoopy et de Conkichi.<sup>637</sup> L'attente a toutefois été dûment récompensée parce qu'après avoir pris le dessus sur le gorille *Kong* et l'Elf à la tunique verte de Nintendo, le jeune plombier italo-japonais aurait détrôné la souris américaine en lui tirant les oreilles ! Le combat entre l'humain et l'animal tourne une fois de plus à l'avantage du premier.

L'écriture de l'histoire de l'extraordinaire destin de Mario, à l'image des niveaux de ces jeux vidéo remplis de tuyaux aboutissant à des zones cachées, n'est pas l'objet de notre recherche et parce qu'elle est en cours de réalisation, nous proposons davantage de graviter autour de lui pour nous concentrer sur le bestiaire des jeux vidéo. Nous ne reviendrons pas en détail sur les conditions de son émergence, sur la création des personnages et des univers, sur l'influence de Disneyland dans l'évolution des jeux, sur la carrière vidéoludique dont on vient de célébrer le vingt-cinquième anniversaire et sur l'étendue du phénomène Nintendo et du Retrogaming.

Dans un premier temps, il sera question de nous focaliser sur le gorille star *Donkey Kong* dans lequel le futur Mario fit son apparition en 1981 sous la forme d'un avatar anonyme sans grande personnalité. L'évolution de *Donkey Kong* est intéressante, passant du rôle du méchant à celui de gorille sympathique évoluant dans des univers plus naturalisés (végétalisés et animalisés). Dans un second temps, nous nous concentrerons sur « la guerre des mascottes » et la réponse du concurrent japonais SEGA que fut la création de la mascotte Sonic ainsi que sur le développement dans les années 1990 de jeux de plates-formes ayant pour héros un avatar animal. Dans un troisième temps, c'est de l'incontournable jeu *The Legend of Zelda* (1986) développé par la même équipe de *Super Mario Bros.*, et de ses nombreuses suites dont il sera l'objet. Enfin, une fois l'exploration à cheval terminée, nous concluons l'introduction avec les *Pokémon*. Derrière le mignon de ces monstres de poche est divulguée une maîtrise de l'animal et de la nature méconnue.

Autant la critique portée aux dessins animés japonais en rapport à leur qualité, leur morale et leur violence fut virulente, autant les mondes complexes de Nintendo, à l'image des niveaux

---

<sup>637</sup> *Id.*, 2011.



de Mario, nous apparaissent encore et toujours sous un ciel bleu azur. Le Japon venait de conquérir les enfants du monde entier et par leur intermédiaire, les postes de télévisions.

## 1. Le gorille Donkey Kong : des échafaudages à la jungle

Quand nous voulons présenter un problème aux singes, nous les isolons du groupe et les amenons dans un petit bâtiment. Il nous est impossible de les obliger à participer et nous dépendons de leur bonne volonté. [...] Tout consiste, naturellement, à faire de l'expérience un moment agréable. Les ordinateurs équipés de joysticks les fascinent. Il suffit à mon assistante de montrer le chariot et son équipement pour que les volontaires fassent la queue. Comme chez les enfants, le feed-back immédiat procuré par l'ordinateur les excite.<sup>638</sup>

La première vedette de Nintendo est un gorille. Il s'agit du jeu *Donkey Kong* sorti sur arcade en 1981. Aujourd'hui, ce jeu vidéo figure au sein du panthéon vidéoludique international. Sa présence dans les expositions et ouvrages scientifiques portant sur l'histoire du jeu vidéo est indispensable. Le jeu d'arcade *Donkey Kong* a durablement marqué de son empreinte le jeu vidéo, notamment parce qu'il a pour la première fois présenté aux yeux du monde la future icône de Nintendo, Mario. Avant de devenir le représentant pixelisé de Nintendo à l'échelle mondiale, c'est dans l'ombre du gorille que l'avatar nommé Jumpman fit son apparition.

### 1.1. King-Kong kidnappe le jeu vidéo

Le scénario du jeu est limpide : l'avatar Jumpman a pour objectif de récupérer sa fiancée des bras de son gorille domestique, lequel, pour se venger de maltraitance s'est enfui avec elle. Il l'a maintient au sommet de l'échafaudage d'un bâtiment en construction ! En clair, il s'agit pour le joueur de faire sauter l'avatar Jumpman afin d'éviter les projectiles et d'atteindre le haut de la construction. Dans ce jeu tout en verticalité, pour empêcher le maître coupable de mauvais traitement de retrouver sa fiancée, le gorille lui envoie des tonneaux et des boules de

---

<sup>638</sup> Franz de Waal, *Le singe en nous*, Paris, 2011, p. 52.

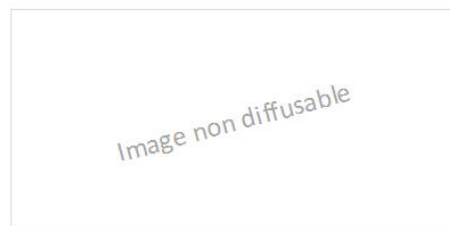
feu. Le succès est phénoménal et dès 1982, la suite intitulée *Donkey Kong Jr.* reprit les mêmes mécanismes ludiques mais cette fois en renversant les rôles : le but du jeu était désormais de délivrer *Donkey Kong* enfermé dans une cage par le terrible Jumpman. Le plébiscite des jeux de Nintendo a rapidement été repris par le concurrent japonais SEGA. Le jeu d'arcade *Congo Bongo* est similaire tout en proposant des améliorations ludiques et esthétiques.

Illustration 4



*Donkey Kong* sur arcade, Nintendo (1981)

Illustration 5



*Congo Bongo* sur arcade, SEGA, (1983)

L'objectif que représente le jeu *Donkey Kong* pour Nintendo est atteint puisque le marché américain du jeu vidéo ouvre ses portes au futur géant japonais. Les emprunts « visibles » au cartoon et au cinéma américains (le burlesque, le fantastique) relevés par Alexis Blanchet ne constituent donc pas le résultat du hasard. Ils s'inscrivent pleinement dans un savoir-faire et une stratégie commerciale. L'objectif à consister à fondre les mécanismes de jeu inédits dans des référents culturels identifiables par les cultures non japonaises. Le jeu vidéo *Donkey Kong* s'est réapproprié le jeu vidéo, les médias et les cultures. Il correspond parfaitement à ce qu'il propose à l'écran : un échafaudage ludique et culturel.

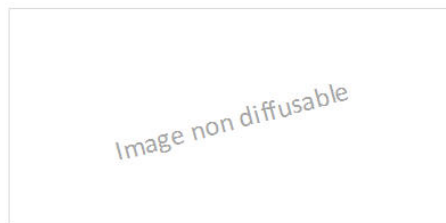
Le jeu se distingue par la reprise et l'intégration de toute une série d'innovations, déjà présentes mais dispersées : Le jeu de plate-forme (inauguré avec *Space Panic* de Universal en 1981), la variété des tableaux (*Phoenix* de Taito en 1980), l'inversion des valeurs et du chassé lorsque Mario détruit de son

marteau les bidons qui d'ordinaire l'écrasent (*Pac Man*), la scène d'exposition (*Lupin III* de Taito en 1980).<sup>639</sup>

Cinéma, cartoon, comics, jeu vidéo...Il s'agit bien, pour reprendre l'expression de Babich, d'un véritable patchwork, mais d'un patchwork multimédiatique et transculturel que constitue à lui seul le jeu vidéo *Donkey Kong*.<sup>640</sup>

Après la célébrité des premiers temps des jeux sur arcade et des jeux électroniques *Game & Watch*, le gorille de Nintendo ne résistera pas longtemps à l'ascension de l'avatar auquel il jetait des projectiles. La console de jeu NES et les jeux de plateformes Mario éclipsèrent *Donkey Kong* et il faudra attendre plusieurs années avant de le voir sortir de sa cage. C'est en 1994 que sa deuxième carrière débuta et l'émancipation du héros sera triomphale. Amenée par la sortie du jeu *Donkey Kong Country* (1994) sur la console de jeu Super Nintendo alors sur le déclin, le gorille devient l'avatar à manier par le joueur. Il devient le centre de gravité de l'univers : *An incredible 3-D Adventure in The Kingdom of Kong !*

#### Illustration 6



La boîte de jeu *Donkey Kong Country* sur Super Nintendo, (1994)

---

<sup>639</sup> Triclot, 2011, p. 176-177.

<sup>640</sup> Alexis Blanchet, *Des pixels à Hollywood. Cinéma et jeu vidéo, une histoire économique et culturelle*, Châtillon, 2010, p. 168.

## 1.2 La libération animale : le jeu vidéo *Donkey Kong Country* sur Super Nintendo

Le gorille devient le héros de la Super Nintendo : « À Noël 1994, première période de fêtes dont les résultats commerciaux sont connus en détail dans plusieurs pays, le gorille porte Nintendo au-dessus de Disney, SEGA et Warner réunis ». <sup>641</sup> Ce jeu, encensé par l'ensemble des critiques de presse, écrase littéralement la concurrence et permet de faire croître les ventes de la console super Nintendo en Europe. Développé par le studio britannique Rare, le jeu *Donkey Kong Country* a représenté un défi technologique d'envergure en ce sens que Nintendo était acculé par les capacités techniques supérieures de son concurrent direct SEGA et de sa mascotte Sonic. Le plus grand budget de communication mondiale de Nintendo a été dépensé pour la promotion du jeu (10 millions de dollars). Alors que le gorille n'avait pas été jouable dans les jeux vidéo qui portent son nom, son relookage le transforme en gorille sympathique et « cool ». Identifiables au premier coup d'œil, le style visuel et la musique donnent une identité forte et une popularité au jeu. <sup>642</sup>

Dans les niveaux du jeu, la jungle a remplacé les échafaudages ; la famille Kong est créée. L'item banane à récupérer fait son apparition avant d'être transposée aux jeux vidéo ayant un singe dans l'aventure. Le gorille à cravate rouge, délivré du futur Mario, dispose de plusieurs animaux-montures aux caractéristiques spécifiques. À ce propos, il est important de savoir que l'idée de l'animal-monture permettant de démultiplier les capacités de l'avatar est une constante plus générale du jeu vidéo. Dans le cas présent, le gorille chevauche le rhinocéros *Rambi* qui démolit les murs de sa force et ouvrent des passages secrets, monte sur l'autruche rapide *Expresso* qui a la capacité de planer, sur *Engarde* l'espadon afin de se déplacer sous l'eau, sur la grenouille *Winky* et sur le perroquet *Squawks* <sup>643</sup>.

Le succès commercial et critique de *Donkey Kong Country* est conséquent et de nouveaux jeux vidéo estampillés *Donkey Kong* suivront. La carrière du gorille « cool » de Nintendo est exemplaire. Elle ne se limitera pas au jeu de type plateforme. En plus des hommages et clin d'œil effectués dans plusieurs jeux vidéo tels que *Pinball* (NES), *Tetris DS* (Nintendo DS) ou *The Simpsons Game* (PlayStation 3/Xbox 360, 2007), il est un personnage de la célèbre saga de boxe *Punch out* dans laquelle il apparaît dans le public ou sur le ring en tant qu'adversaire à combattre. Dans la version NES du jeu, il apparaît de manière plus indirecte sous les traits

---

<sup>641</sup> William Audureau et Oscar Lemaire, *La guerre des mascottes. L'histoire de Mario vol. 2 : 1990-1995*, Châtillon, 2017, p. 301.

<sup>642</sup> « Donkey Kong », *IG L'esprit du jeu vidéo* n°11, novembre/décembre 2010, p.16-21.

<sup>643</sup> « Donkey Kong Country », *IG L'esprit du jeu vidéo Hors-série 4*, juillet-août 2012, p.72-73.

d'un boxeur humain<sup>644</sup>. Donkey Kong est également un personnage de jeux de course dans la série des *Mario kart* et *Donkey Kong jet Race* (Wii, 2008) et un gorille musical dans des jeux de rythme associés à une manette-instrument de musique dans *Donkey Konga* et *Donkey Kong jungle beat* (Game Cube, 2004/2005). On note encore sa présence au côté de Mario dans la série de jeux *Mario VS Donkey Kong* et la série de party-game *Mario Party*.

Le gorille de Nintendo connaîtra de plus une carrière télévisuelle en France avec les émissions *La planète de Donkey Kong* et *DKTV.cool* diffusées sur les chaînes publiques entre 1996 à 2001. Des marionnettes virtuelles y présentaient les dessins animés. Une série d'animation sera diffusée sur France 5 à une époque où TF1 diffusait *Pokémon* et M6, un dessin animé du jeu vidéo *Kirby*. Le positionnement de Nintendo dans les grilles de programmes télévisés ne doit pas être sous-estimé : à cette époque, trois franchises Nintendo étaient parallèlement diffusées sur trois chaînes de télévisions françaises !<sup>645</sup>

À l'instar de la jument Epona des jeux Nintendo *The Legend Of Zelda* sur laquelle nous nous attarderons, le gorille *Donkey Kong* invite le chercheur en sciences sociales à l'évocation non pas de l'étoile la plus scintillante mais des constellations. Il ne doit pas être l'arbre (avec un gorille) qui cache la forêt puisque : « Du chimpanzé au gorille, le singe est l'une des créatures les plus populaires du jeu vidéo. Agiles et rigolos lorsqu'ils sont petits, costauds et flippants lorsqu'ils sont « géants » ou super intelligents, les singes s'accrochent aux pixels comme aux branches »<sup>646</sup>.

---

<sup>644</sup> « Donkey Punch ! », *IG L'esprit du jeu vidéo*, Hors-série 1, juillet/août 2011, p.61-63.

<sup>645</sup> « Donkey Kong », *IG L'esprit du jeu vidéo*, Hors-série 1, juillet/août 2011, p.50-60.

<sup>646</sup> « Les singes dans le jeu vidéo », *IG L'esprit du jeu vidéo* n°17, décembre 2011/janvier 2012, p.210.

### 1.3. Les singes dans les jeux vidéo

Les singes sont mis en scène dans les adaptations de films cinématographiques comme King-Kong ou La planète des singes. Ils apparaissent dans les jeux liés au genre cinématographique japonais *Kaiju ega* dans lesquels un monstre gigantesque destructeur sévit (*Rampage*, 1986 et *Rampage Total Destruction*, 2006) et dans les jeux adaptés de dessins animés comme *Aladdin* (1993) ou *Le livre de la jungle* (1994). Les singes se montrent espiègles - la série *The Secret of the Monkey Island* créée en 1990 -, voire effrayants lorsqu'ils se voient doter d'armes puissantes ou d'une intelligence supérieure comme dans le jeu *Ape Escape* (PlayStation, 1999). L'objectif est de capturer ces singes qui, munis d'un casque augmentant les capacités intellectuelles, projettent de dominer le monde.

#### Illustration 7



Dans le jeu vidéo *Rampage* (1986) sur Atari ST, les poings fermés sont destructeurs.

Plus pacifiques, d'autres jeux proposent des singes musicaux (la série *Samba di Amigo*) et singes mignons (la série *Monkey Ball*<sup>647</sup>). En conclusion, il nous reste à citer les jeux vidéo - eux-mêmes adaptés de dessins animés/Anime à succès - liés aux personnages du folklore de la

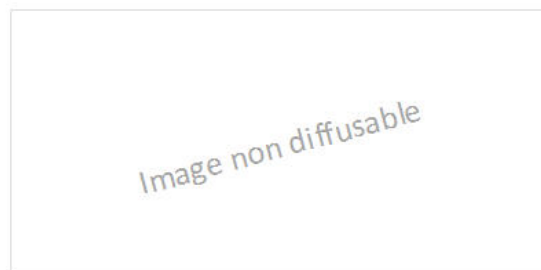
---

<sup>647</sup> « Super Monkey Ball - rétrospective » *IG L'esprit du jeu vidéo* n°17, décembre 2011/janvier 2012, p.222-227.

légende *du Roi Singe* chroniquée dans un roman chinois au XVI<sup>e</sup> siècle : *Monkey Magic* (1999), *The Monkey king : The Legend begins* (2007), la série de jeux *Alex Kidd* (1986) qui fut la mascotte déchue de *Sega*, le concurrent japonais de Nintendo, et surtout la parodie la plus célèbre *Dragon Ball (Dragon Ball Origins 1 et 2)*<sup>648</sup>. En outre, la transformation en singe d'un avatar humain sur lequel un maléfice a été jeté n'est pas à omettre comme dans ce classique jeu de plate-forme de la Super Nintendo du début des années 1990 qu'est *Congo's Caper*, une suite du célèbre jeu vidéo *Joe et Mac* situé dans les temps préhistoriques<sup>649</sup>.

Le dernier mot revient tout de même aux singes réels puisque, non sans faire écho à la réalité des expérimentations de Franz de Wall sur les primates, une publicité télévisuelle du jeu *Samba di Amigo* sorti sur la console Wii en 2008 a mis en scène un chimpanzé vivant affublé des manettes du jeu vidéo. La question de savoir si les gorilles feraient la queue afin de jouer aux jeux *Donkey Kong* reste alors en suspens : peut-être préféreraient-ils un jeu Mario ?

#### Illustration 8



Couverture d'un album d'images autocollantes (Mexique, 2007)

---

<sup>648</sup> « Le Roi des singes, son nuage et son grand bâton », *IG L'esprit du jeu vidéo* n°11, novembre/décembre 2010, p.186-189.

<sup>649</sup> « Joe et Mac », *IG L'esprit du jeu vidéo*, Hors-série 1, juillet/août 2011, p.112-116.

## 2. Par-delà la nature de SEGA et la culture de Nintendo

À la recherche de sa fiancée dans *Donkey Kong*, Mario, le propriétaire brutal du gorille perdue dans ses mauvais traitements sur les animaux dans la suite *Donkey Kong Jr* (1982) où il y enferme le gorille dans une cage. Le plombier bedonnant à moustache Mario de Nintendo n'a montré aucune empathie pour les animaux. Il confirmera ce trait de caractère sans interruption dans la suite de ses énièmes pérégrinations. Avec la concurrence de Sega, l'avatar moustachu rencontrera un adversaire animal de son envergure, le hérisson Sonic. La nature sauvage de Sega affronte la culture des humains de Nintendo.

### 2.1. Mario, le succès planétaire d'un homme ordinaire en danger

Le personnage de Jumpman n'a volontairement pas le physique d'un prince charmant : il porte une salopette rouge de travail et une casquette rouge (car les cheveux sont trop difficiles à reproduire techniquement à l'époque). Miyamoto réutilisera cet amusant petit personnage, qu'il baptisera Mario. Au côté du singe Donkey Kong, Miyamoto crée ainsi dans son premier jeu les deux personnages qui deviendront les icônes planétaires de Nintendo.<sup>650</sup>

Dans les jeux vidéo *Mario* qui explorent aussi bien les nuages, le désert, les plaines vertes, les fonds marins que toutes les zones cachées auxquelles on accède par des tuyaux - à l'exception du dinosaure vert Yoshi apparu dans *Super Mario World* (1990) et des costumes de Tanuki qui augmentent ses capacités - la faune et les plantes carnivores sont des ennemis : ce sont les tortues bipèdes, les abeilles et autres insectes, les crocodiles, les champignons, les poissons, les plantes carnivores aux dents très acérées et la terrible boule de canon Chain Chomp. Tiré d'une histoire vécue, ce terrible adversaire est la résurgence d'une expérience malheureuse d'enfance du créateur Shigeru Miyamoto, « Papa » des jeux vidéo Mario et Zelda. Ainsi, c'est par l'intermédiaire d'une boule de canon très agressive attachée à une chaîne que le chien a été transposé et parmi les nombreux éléments communs des jeux vidéo *Mario* et *The Legend*

---

<sup>650</sup> Kriegk et Launier, 2011, p. 404.

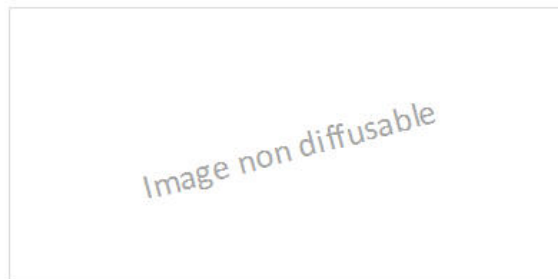


of *Zelda*<sup>651</sup>, cette boule chien est un ennemi commun. Selon nous, ce détournement se justifie partiellement par l'impossibilité de représenter un chien dangereux identifiable comme tel au sein d'un jeu destiné aux enfants : « L'un des plus redoutables ennemis du célèbre Mario : Chain Chomp, [...] n'est autre qu'une réminiscence de l'attaque d'un chien qui avait tenté de mordre le jeune Shigeru lors d'une promenade, mais dont la chaîne s'était heureusement révélée trop courte pour qu'il puisse attraper l'enfant ».<sup>652</sup>

Illustrations 7-8



Le chien Chain Chomp dans *Super Mario bros 3* sur super Nintendo (1991)



Le chien enchainé Chain Chomp dans le jeu *Mario 64* sur Nintendo 64 (1997)

---

<sup>651</sup> « Zelda au Royaume champignon et un plombier en Hyrule », *IG L'esprit du jeu vidéo*, Hors-série 1, juillet/août 2011, p.246-253.

<sup>652</sup> *Id.*, 2011, p. 400.

À l'instar du jeu vidéo *Donkey Kong*, la future icône de Nintendo va redéfinir le media jeu vidéo dans son évolution en transposant à l'intérieur des salons des foyers, la logique des jeux d'arcade à laquelle un véritable univers en couleurs est ajouté : quelques quarante millions de cartouches du jeu vidéo *Super Mario Bros* sorti en 1985 sur la console NES (*Famicom* pour *Family Computer* est le nom japonais de la console) sont vendues. Le jeune Mario, anti-héros lisse et conventionnel, conquiert toute la famille. Dorénavant, accompagné par son frère Luigi (*Bros* signifie Brothers) dont la carrière vidéoludique débute elle aussi,<sup>653</sup> l'aventure se déroule sur l'écran des télévisions. Le jeu vidéo s'approprie le dessin animé, son esthétique et son support médiatique posé dans le salon : « Le jeu se coule dans les formes du dessin animé pour enfants avec son univers coloré et fantaisiste. *Super Mario Bros* est le premier jeu à tronquer le fond noir des jeux d'arcade ou des jeux d'ordinateur contre un fond coloré, avec ce bleu clair reconnaissable au premier coup d'œil ». <sup>654</sup> Cette origine se révèle déterminante puisqu'elle a influé sur la production même du jeu vidéo – les ingénieurs de Nintendo ont intégré cette culture du téléspectateur de dessin animé dans le jeu vidéo en se concentrant sur le rendu graphique, le rendu sonore et la vitesse du jeu – avant de l'être dans sa réception et utilisation. L'expressivité des personnages découlent également de cette origine médiatique, les émotions des personnages influençant ceux des téléspectateurs, des joueurs et joueuses. <sup>655</sup>

## 2.2. Culture Versus Nature : Mario Versus Sonic

Avec l'arrivée de *Sonic The Hedgehog* de Sega, l'isolement du héros humain et de son frère Luigi face à la grande quantité d'adversaires s'est accentué. En effet, en plus des ennemis internes de son monde composés de reptiles, pieuvres et autres crabes, le plombier rouge de Nintendo doit affronter la nouvelle mascotte bleue de l'entreprise concurrente, le hérisson bleu. La guerre des consoles par mascottes interposées venait d'être déclarée. Pour Daniel Ichbiah, le hérisson Sonic est le jouvenceau du nom de SEGA parti à l'assaut de la citadelle Nintendo. <sup>656</sup> Pour contrecarrer l'hégémonie de Nintendo et son jeu phare, SEGA était dans la nécessité de répliquer avec un anti-Mario charismatique, ce que les personnages *Alex Kidd*, le

---

<sup>653</sup> « Luigi, l'autre Mario », *IG L'esprit du jeu vidéo* n°25, avril/mai 2013, p.134-137.

<sup>654</sup> Triclot, 2011, p. 178.

<sup>655</sup> Blanchet, 2010, p. 165-166.

<sup>656</sup> Daniel Ichbiah, *La saga des jeux vidéo*, Châtillon, 2014.

ninja *Shinobi* ou encore le vaisseau *Opa-Opa* (un vaisseau blanc apparenté dans sa fonction à un animal de compagnie) n'ont nullement permis.<sup>657</sup> Un concours a par conséquent été lancé et après l'idée d'un bouledogue, d'un lapin, d'un loup, d'un renard et d'un enfant, c'est l'idée du hérisson qui triompha. Sa capacité de mise en boule semble avoir déterminé le choix puisqu'elle lui permet de frapper ses adversaires, de rouler et de se projeter dans les airs à une vitesse vertigineuse. Le rapport à l'animal réel est surtout nominatif puisque les véritables défenses biologiques des hérissons n'ont pas été adaptées dans le jeu. Sonic est une mascotte à contre-courant des mascottes en place et des représentations culturelles de l'animal vivant. Ces caractéristiques la rapprochent davantage d'une boule de billard ou d'un projectile que d'un hérisson. De par cette vitesse et sa frénésie, l'ambassadeur Sonic incarne à l'écran les capacités de sa nouvelle console qu'est la *Mega drive* de la nouvelle génération 16 bits sortie en 1991 en Europe. Contrairement à Nintendo davantage centrée sur les enfants, SEGA qui vise les adolescents ajuste sa mascotte en conséquence : le hérisson Sonic allie un versant mignon à un versant plus « high Tech », looké et survolté. D'ailleurs, comme son nom l'indique, en plus de ses chaussures de course rouges, son style capillaire rappelle celui des guerriers surpuissants de *Dragon Ball Z*. Comme les campagnes publicitaires télévisées de l'époque le montrent, c'est sur ce secteur que SEGA affronte Nintendo, discrédité sur son côté enfantin et puéril. La confrontation est revendiquée :

Outre son caractère frondeur (public ado toujours), Sonic, le hérisson sous speed, est un camouflet directement adressé à Nintendo : le jeu est une prouesse technique, assurant une vitesse de défilement hallucinante pour l'époque. Pire : il renouvelle le genre plateforme par son gameplay déchaîné et son level design quasi expérimental à base de tube set de loopings. Mais il fait aussi un réel affront à Nintendo en pointant directement du doigt la lenteur de sa console et de son plombier bedonnant. Sonic devient alors mascotte universelle, le Killer game (jeu exclusif à une seule console qui justifie à lui seul, pour les consommateurs, l'achat de cette dernière) de la Mega Drive, comme *Super Mario Bros*, pour la NES en son temps.<sup>658</sup>

L'objectif est clairement atteint. SEGA et Nintendo constituent les deux leaders sur le marché au tournant des années 1990. Le jeu vidéo *Sonic - The Hedgehog* sortit sur les autres consoles SEGA de l'époque que sont la *Master System* (8 bits) et la console portable en couleurs *Game Gear* (8 bits). Cette dernière, sortie en 1991 en Europe et aux États-Unis, a pour objectif de disputer par sa puissance et ses couleurs l'hégémonie de la Game Boy de Nintendo (1989). La popularité du hérisson s'accroît avec la suite *Sonic 2* (1992) qui assoit ce succès puisque le jeu

---

<sup>657</sup> « Sega, de constructeur de consoles à éditeur de jeux », *IG L'esprit du jeu vidéo Hors-série n°6*, mars/avril 2013, p.196-199.

<sup>658</sup> *Game stories. L'histoire secrète du jeu vidéo*, Paris, 2011, p. 96-97.

vidéo se vend à un record de six millions d'exemplaires. La déferlante avait commencé : « Aux États-Unis, le merchandising explose : goodies, comics, séries animées, etc. Les menus des enfants aux couleurs de la mascotte de Sega s'arrachent chez McDonald's et l'on n'échappe pas au traditionnel test consistant à comparer une nouvelle icône à Mickey Mouse ». <sup>659</sup> Sommet de la consécration du hérisson, Sonic est apparu aux côtés de Donkey Kong et Mario dans un épisode de la série *Les Simpsons*, vitrine parodique de la culture.

Pour rester du côté des jeux vidéo, la vague bleue de SEGA se matérialisera par de nombreux jeux vidéo avec Sonic pour avatar. Plutôt inégaux en matière de qualité, ces jeux sortiront sur les consoles de jeu *Saturn* (32 bits) sortie en 1995 en Europe et *Dreamcast* (128 bits) sortie en 1999. À l'instar de Mario avec le jeu *Mario 64*, le hérisson évolua donc vers la 3D (Trois dimensions) mais contrairement à lui, la transition se solda par un échec. <sup>660</sup> En effet, après un début triomphal, SEGA et sa mascotte ont été en perte de vitesse face à Nintendo et les nouveaux concurrents Sony et Microsoft apparus avec succès sur le marché dans les années 1990. L'espoir des adeptes de Sonic et les sursauts vidéoludiques de qualité - par exemple le jeu *Sonic Colors* de 2010 ou *Sonic Generations* sorti en 2011 pour célébrer son vingtième anniversaire - ne permettent plus au hérisson d'égaliser la mascotte moustachue et bedonnante de Nintendo. Le comble est que l'anti-Mario déchu se retrouve désormais sur des consoles de jeu Nintendo ou dans des jeux vidéo aux côtés de Mario !

Quelle hypothèse pouvons-nous avancer de cette guerre de mascottes, de cet affrontement entre l'homme Mario et l'animal Sonic ? Dans les mondes de Mario, nous l'avons souligné, la flore et la faune constituent des ennemis à combattre. Il s'agit de sauter sur les adversaires, de leur lancer des objets ou de les éviter. Dans ces mondes, les héros sont humains et les plantes carnivores ressemblent étrangement à des requins. Ne sont-elles pas en effet à rapprocher de notre représentation de l'animal des films *Les dents de la mer* dans leur aptitude à sortir verticalement des tuyaux par surprise et dans leur volonté de nous dévorer ? Dans son rapport à la nature et aux animaux, le plombier italien de Nintendo Mario se distingue radicalement de Sonic qui en sa qualité de hérisson mène une quête au service de la nature contre la science représentée par la figure du savant fou. Le scénario du jeu vidéo Sonic est révélateur de questionnements contemporains: « Dr. Eggman, le savant fou, capture les animaux innocents pour les transformer en robots maléfiques ! Aide notre héros à combattre les ennemis, sauver

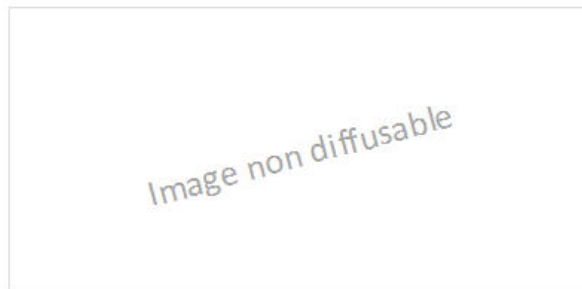
---

<sup>659</sup> « Dossier Sonic 1ère partie », *IG L'esprit du jeu vidéo n°12*, janvier/février 2011, p.180.

<sup>660</sup> La double page « (R)évolutions: du pixel au photoréalisme » rassemble l'évolution de Mario (Nintendo), Sonic (SEGA) et Link (Nintendo) de leur création à 2011 dans « Game stories L'histoire secrète du jeu vidéo », *Trois couleurs*. Hors-série 7, édition collector, 2011. p.18-19.

les pauvres petits animaux et contrecarrer les plans diaboliques du Dr. Eggman ». <sup>661</sup> Le savant fou et l'industrialisation galopante représentent la menace. Dans ce jeu vidéo, les ennemis animaux mécaniques, une fois frappés par Sonic, disparaissent et laissent l'animal libéré du maléfice s'échapper. Cette logique se retrouve en fin de chaque niveau de jeu puisqu'une fois les assauts du Dr. Robotnik (le nom français) repoussés, Sonic libère une grande quantité des animaux sauvages prisonniers d'un container métallique ! Ainsi, alors que l'avatar humain Mario leur saute sur le haut de la tête ou tente d'éviter leurs mâchoires, le hérisson Sonic libère les animaux de la science et de l'industrie toutes deux incarnées par le méchant qu'est le Dr. Robotnik dont le nom témoigne du plan destructeur. La machine asservit et détruit le vivant symbolisés par les animaux. Les victimes en sont les animaux. L'esthétique des niveaux du jeu vidéo *Sonic - the Hedgehog* caractérisent très nettement cette opposition.

Illustration 9



Green Hill, le premier niveau de Sonic est coloré, vivant et totémique de *Sonic The Hedgehog* (1991)

---

<sup>661</sup> Extrait du livret du jeu dans sa version Nintendo DS.

Illustration 10



En progressant dans sa mission de sauvetage, Sonic se rapproche du monde moderne (1991)

Alors que la quête débute dans un cadre verdoyant (Green Hill), le combat amène Sonic à traverser des espaces de plus en plus urbanisés et technicisés. Le totem a été remplacé par un amoncellement de tours et de cheminées : l'effondrement du monde d'origine que constitue le dangereux déboulement de la pierre sur laquelle se trouve le hérisson dépasserait-elle la simple manœuvre à effectuer par le joueur pour métaphoriser la destruction du monde ? Ce type de scénario écologiste n'est pas un cas unique et isolé. Par exemple, dans le jeu vidéo *James Pond*, le héros a pour mission de lutter contre la pollution des eaux. Ce jeu nous place du côté du sauvetage et non de la destruction de la nature.

### 2.3. La guerre des mascottes : les animaux des jeux de plate-forme des années 1990

Dans l'imaginaire collectif, excepté son hérisson bleu Sonic, SEGA n'a pas réussi à imposer des personnages charismatiques face à ceux de Nintendo (Donkey Kong, Mario, Kirby, The Legend of Zelda ou les Pokémon) ou encore de Sony comme Lara Croft de la série de jeux vidéo *Tom Raider*. En revanche, la présence de l'avatar animal anthropomorphe dans les jeux vidéo de type plate-forme en 2D (deux dimensions) connut une expansion sans précédent dans la toute fin des années 1980 jusque dans le milieu des années 1990 : « Au début des années 90, le succès de Sonic engendre une mode aussi éphémère que meurtrière pour le jeu de plate-forme : la multiplication des mascottes mignonnes à fourrure ». <sup>662</sup> Nous rectifions légèrement cette information en précisant trois points : l'incorporation d'animaux mignons sans fourrure (ex : la fourmi extraterrestre du jeu *Zool*), l'incorporation d'un animal dont le corps n'est pas anthropomorphisé (le jeu vidéo *Ecco-The dolphin*) et enfin l'existence de vedettes originaires de la bande dessinée ou du dessin animé préexistantes ou coexistantes aux jeux vidéo.

Voici pêle-mêle quelques exemples de mascottes animalières de jeux vidéo de plate-forme qui ne sont pas des licences. Il y a des renards avec le personnage le renard volant à deux queues Tails présent dans *Sonic 2* (1992) ou celui du jeu d'inspiration shintoïste *Psychofox* (1989) qui est un renard polymorphe gardien du temple d'Inari, le kami des céréales et du commerce. L'autre renard célèbre qu'est le pilote de vaisseaux spatiaux de la série *Starfox* n'est pas à intégrer aux jeux de plate-forme. Il y a des gorilles avec *Donkey Kong Country* (1994-), *King-Kong* et les autres primates, des poissons avec le saumon agent secret de *James Pond*, des dauphins et animaux marins dans le jeu *Ecco the Dolphin*, un écureuil avec *Mr. Nutz*, un lynx dans la série *Bubsy*, un phoque avec *Havoc*, une fourmi dans sa variante ninja avec le jeu *Zool* (1992), un ver de terre galactique nommé *Earthworm Jim*, des lapins verts venus de l'espace dans *Jazz Jackrabbit*, des éléphants, des chauve-souris, des échidnés, des geckos, des souris...et la mascotte marsupiale de la console PlayStation de Sony sortie en 1994, *Crash bandicoot* (1996). <sup>663</sup> « À leur manière, la plupart des héros de jeux de plates-formes des

---

<sup>662</sup> Pépites du jeu vidéo, *IG L'esprit du jeu vidéo Hors-série 4*, juillet-août 2012, p.36.

<sup>663</sup> Le poisson : *James Pond : underwater Agent* (1990), *James Pond : codename Robocod* (1991), *The Aquatic Games* (1992), *James Pond 3: Operation Starfish* (1994) ; le dauphin : *Ecco the Dolphin* (1992), *Ecco 2: The Tides of time* (1994), *Ecco Jr.* (1995); Écureuil : *Mr Nutz* (1993/1994), *Mr.Nutz : hoppin' mad* (1994); Lynx : *Bubsy : claws encounters of the furred king* (1993), *Bubsy 2* (1994), *Bubsy : Fractured Furry Tales* (1994), *Bubsy 3D : Furbitten Planet* (1996); Lapins : *Lapins verts de l'espace : Jazz jackrabbit* (1994), *Jazz jackrabbit 2* (1998), *Jazz Jackrabbit* (2002); le marsupial : *Crash Bandicoot* (1996), *Crash Bandicoot 2 : Cortex Strikes Back* (1997), *Crash Bandicoot 3: Warped* (1998), *Crash team Racing* (1999).

années post-Sonic se nichent dans les catégories les plus exotiques, dans tous les sens du terme, du règne animal, en rupture avec l'industrie du dessin animé ». <sup>664</sup>

Illustration 11



L'avatar éléphant du jeu vidéo *Rolo the rescue* sur Mega drive (1992)

Illustration 12



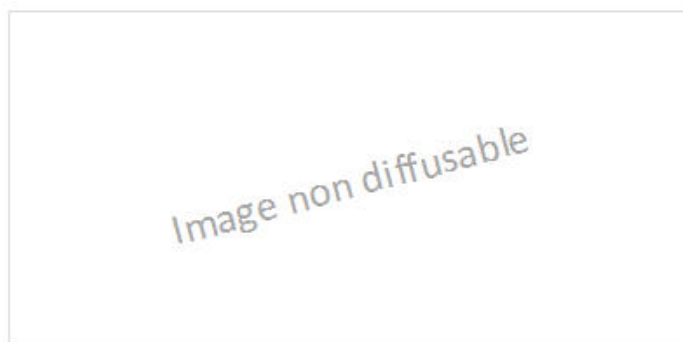
L'écureuil du jeu vidéo *Mr Nutz* sur Megadrive (1994)

---

<sup>664</sup> Audureau, 2011, p. 171.



Illustration 13



Le gecko du jeu vidéo *Gex* sur Playstation (1993)

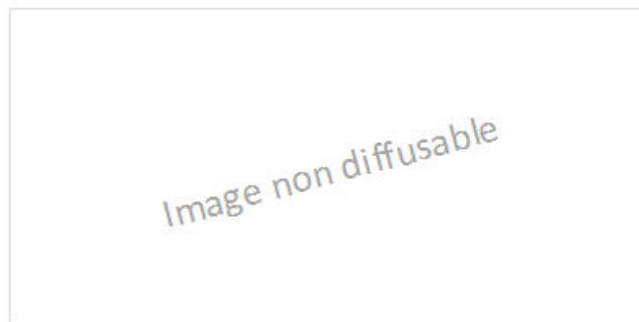
Illustration 14



Le jeu *Rocket Night* sur Mega drive (1993)

La liste n'est pas exhaustive. L'élément important pour notre recherche est qu'à cet ensemble de créations, à une échelle de qualité et de succès variable, les jeux vidéo de plate-forme ont été investis par des animaux sous licences comme Les Tortues ninjas, Maya l'abeille, Taz le diable de Tazmanie, Tom et Jerry, le chien Scoobidou, les Tiny toons, Garfield, Félix le chat et surtout les célèbres canards et souris de Disney. En manque de vedettes, SEGA s'était lié à Disney afin de créer des jeux vidéo attrayants et facilement exportables aux États-Unis et sur le vieux continent. Ce partenariat fut une stratégie gagnante puisque des jeux de qualité restés des titres devenus cultes en ont émergé comme les jeux *Ducktales* (1989, NES/Game Boy) et *Quackshot* (1991, Mega Drive) pour les canards ou le jeu *Castle of illusion* (1989, consoles SEGA) et *Mickey mania* (1994, Mega drive) pour Mickey.<sup>665</sup> C'est ce partenariat qui explique la production de jeux vidéo Disney avec Mickey et Donald sur les consoles SEGA dans les années 1990 et le fait que Mickey ait été considéré comme la vraie mascotte de SEGA par la presse du jeu vidéo. Ici, il nous reste à signaler que concurrencé par la popularité de Mario, le groupe Disney, prudent et stratégique, s'est en parallèle lié à Nintendo et au studio Activision afin d'élargir sa présence dans les mondes vidéoludiques. Les consoles de jeux de Nintendo ont intégré les univers de Disney !<sup>666</sup>

#### Illustration 15



Le jeu vidéo culte *Quackshot* sur Mega Drive (1991)

<sup>665</sup> « Mickey Mouse La carrière vidéoludique de la star des souris », *IG L'esprit du jeu vidéo Hors-série 4*, juillet-août 2012, p.156-161 ; « Donald duck et autres canards Disney », *IG L'esprit du jeu vidéo Hors-série 4*, juillet-août 2012, p. 64-71.

<sup>666</sup> Blanchet, 2010, p. 207-218.

Pour résumer cette parenthèse historique de la mascotte animalière des jeux de plates-formes en 2D, nous concluons avec les points suivants. Tout d'abord, la sympathie qu'ils inspirent aux joueurs notamment à travers leur identité spécifique marquée par leur (pré)nom (ex : Bubsy, Ecco, Mr. Nutz, etc.) et l'originalité de l'espèce animale. Cette sympathie est atteinte par la mise en avant de caractéristiques telles que le mignon (les proportions et couleurs des personnages et des décors), le « cool » (le sourire, l'habillement, la désinvolture), la fantaisie (le héros est un ver de terre intergalactique !) et bien sûr leur puissance d'action, l'avatar étant avant tout un personnage à manier avec dextérité dans des mondes remplis d'ennemis.

Le rôle de la presse a été important, surtout qu'elle a la fonction de guide d'achat. La presse du jeu vidéo qui s'est progressivement détachée de la presse informatique pour se rapprocher de la presse de jeunesse a participé à la visibilité des mascottes de par leur présence sur la Une de magazine et les articles consacrés. Quant à la promotion officielle des jeux de plates-formes, des publicités ont été diffusées à la télévision, parfois sous forme de dessins animés. Un autre élément important identifié par William Audureau est l'éclatement de ce genre. Derrière cette façade unie, ces jeux sont dans certains cas de figure très localisés. Les mascottes animalières et les autres avatars (objets, humains) ne forment donc pas une offre internationale homogène. De l'autre côté, il existe des œuvres dont la portée est internationale. Cette facilité de création de personnages Toons dans les jeux vidéo s'explique par le contexte culturel favorable créé par le succès du film *Qui veut la peau de Roger Rabbit ?* sorti en salles en 1988 avant d'être très rapidement suivi par la production des dessins animés *Tiny Toons* et *Les Animaniacs*. Le grand retour des Toons a puisé l'eau dans la fontaine du septième art. De la même manière, la géographie des jeux de plate-forme est hétérogène : créés au Japon, ces jeux n'y sont pourtant pas très populaires. Cela s'explique par l'hostilité des joueurs et joueuses japonais aux jeux de plates-formes venant de l'étranger !

Des statistiques données par l'auteur nous informent de l'originalité de la situation : Les États-Unis étaient détenteurs de cinquante héros de forme animalière sous franchise contre sept pour le Japon. Pour les héros animaliers hors licence, le Japon comptait trente-huit héros, le Royaume-Uni vingt-deux, les États-Unis douze tandis que la France en possédait un. Comme à l'accoutumée, face à SEGA et Nintendo, les compagnies Disney et la Warner Bros. étaient les principaux détenteurs de héros de jeux de plates-formes. Les dessins animés se déversèrent dans ce type de jeux. En 1994, *Le Roi Lion* est un des jeux vidéo les plus vendus de l'année aux États-Unis et en Europe.

Pour en revenir aux avatars animaliers à fourrure, poils et écailles des années 1990, si une analyse approfondie au cas par cas est nécessaire, on constate la présence d'associations types chez plusieurs espèces : le dauphin fait évoluer le joueur dans une odyssée marine envoûtante et pleine de danger (*Ecco-the Dolphin*), les singes de pixels (*Donkey Kong*, *Monkey Ball*) sont associés à la jungle et à l'item de la banane dont il faut ramasser un grand nombre, l'écureuil *Mr. Nutz* évolue dans une merveilleuse forêt entouré de noisettes, etc. Si des contre-exemples existent - le plus illustratif est la série *Crazy Castle* démarrée en 1989<sup>667</sup> -, au regard du corps des avatars animaux, aux décors dans lesquels ils évoluent, aux missions qu'ils ont à remplir et aux ennemis à vaincre, le choix de l'animal dans le jeu vidéo de plate-forme, s'il reste un choix libre parfois absurde et illogique, prend en compte le type d'animal pour le modeler et le rendre opérationnel. Car un écureuil n'est pas un ver de terre - *Mr. Nutz* ne peut pas se servir de son corps comme d'un fouet à la façon d'*Earthworm Jim* - le chercheur en sciences sociales a à sa disposition un important corpus de jeux vidéo à explorer afin d'en dégager les logiques de l'élasticité des animaux au sein de ce media. Ce qui est certain est qu'il ne tombera pas sur un os, le chien étant quasiment inexistant sous forme d'avatar. Cette absence des chiens, excepté le jeu vidéo *Wonder Dog* avec un épagneul breton en avatar, est le résultat le plus important. Il est décisif car il montre que sa présence dans la littérature de jeunesse, la bande dessinée, le dessin animé, le cinéma, la presse et le jouet, ne s'est pas épanoui dans le jeu de plates-formes en 2D. Le chien n'est pas à inclure au bestiaire des avatars des jeux vidéo de plate-forme des années 1990. Peut-être rencontrera-t-il alors une princesse ?

### 3. The Legend of Zelda: l'Heroic Fantasy chez Nintendo

Vendu comme le killer soft du tout nouveau Disk System en 1986 (puis porté en cartouche en 1993), ce titre d'action RPG a marqué l'histoire du jeu vidéo à tout jamais. Son ambiance, ses personnages, sa musique et ses innombrables énigmes ont rapidement fait de *Zelda* une licence incontournable.<sup>668</sup>

---

<sup>667</sup> Afin de vendre cette série de jeux dans lesquels l'objectif de base est de trouver la sortie de châteaux-labyrinthes, le développeur Kemco a multiplié le recours aux personnages issus des medias sans aucune logique apparente : Mickey Mouse, Roger Rabbit, Bugs Bunny, Hugo (de l'émission française *Hugo délire*), Kid the Clown, Garfield, Woody Woodpecker. Dans *IG L'esprit du jeu vidéo* Hors-série 1, juillet/août 2011, « *Crazy Castle* », p.40-46.

<sup>668</sup> Gorges, 2011, p. 191.

La licence de Nintendo *The Legend of Zelda* constitue indiscutablement un des mythes les plus pérennes et mystérieux des jeux vidéo. La sortie de chaque nouveau jeu des aventures du héros Link crée l'événement. Cette aura ludique internationale est entretenue par les acteurs professionnels (Nintendo, la presse) et amateurs (joueur, cosplayer, blogueur). L'histoire de cette série commencée en 1986 est entourée de ferveur et d'énigmes : dans ce labyrinthe de jeux, un des défis majeurs des amateurs de la licence est de reconstituer la chronologie exacte de l'ensemble des jeux *Zelda* ! L'histoire des mondes d'*Heroic Fantasy* qu'elle nous propose d'explorer constitue un univers riche décliné sous forme de mangas, dessins animés, figurines, objets, sites Internet, publications professionnelles, etc.<sup>669</sup> Quant à nous, nous proposerons une introduction succincte du versant animal de cette licence dans laquelle le joueur manie le jeune héros Link doté d'une épée en bois dans sa recherche de la princesse Zelda et des fragments de pouvoir de la Triforce.

#### Illustration 16



L'elf combat un dragon dans le jeu vidéo *The Legend of Zelda* sur console NES (1986)

---

<sup>669</sup> « Numéro spécial anniversaire : Les 25 ans de *Zelda* », *IG L'esprit du jeu vidéo*, Hors-série 2, novembre/décembre 2011.

### 3.1. Le cavalier et son cheval : *The Legend of Zelda* et ses influences historiques

La présence animale la plus charismatique au côté du héros Link est figurée par Epona. Cette jument dont la robe varie selon les jeux apparaît dans plusieurs jeux vidéo de la franchise. Selon le jeu vidéo en question, le rôle et les capacités de la jument varient légèrement mais ses caractéristiques premières demeurent sa vitesse, sa capacité de sauts - elle donne accès à des zones inaccessibles sans elle - et son aptitude au combat. Son rôle de destrier a en effet été élargi : les batailles à cheval est une nouveauté de *The Legend of Zelda The Twilight Princess* (Wii, 2006).<sup>670</sup> La plus noble conquête que Link n'ait jamais faite est cette fière, fougueuse, fidèle et performante Epona. Ce personnage emblématique de l'aventure de l'Elf à la tunique verte fait écho à la quantité cyclopéenne de chevaux dans les jeux vidéo que l'on retrouve à côté des héros masculins (cavaliers, chevaliers, samourais, soldats, monstres, aventuriers, cow-boys) et héroïnes telles que Barbie ou Alexandra Ledermann. Le risque de positionner le cheval dans le haut du classement des présences animales dans les jeux vidéo n'est pas très élevé, que le cheval soit anonyme ou individualisé.

Dans l'histoire générale du jeu vidéo, les aventures de Link ont transformé le jeu vidéo en y apportant de constantes innovations. Elles ont servi de modèle à des jeux vidéo parmi lesquels les jeux vidéo de référence *Soleil* (Megadrive, 1994) dans lequel le héros a la capacité de parler aux animaux, *La légende de Thor* (Megadrive, 1994), *Secret of mana* (Super Nintendo, 1993/1995), *Darksiders* (plusieurs supports, 2010) ou la louve blanche de *Okami* (plusieurs supports, 2006).

Le plus atypique d'entre eux est *Shadow of Colossus* (PlayStation 2, 2006) de Fumito Ueda. Ce jeu dont les critiques et les chercheur(e)s sur le jeu vidéo font l'éloge, a été comparé à une œuvre d'art. Dans l'association entre le cheval et l'avatar qu'il propose, il nous paraît en être le parangon à citer. Inspiré par l'univers de *Zelda* dont il a épuré les lieux pour se concentrer sur l'essentiel de la quête, à savoir les colosses à affronter, le cheval Agro est l'unique être vivant qui accompagne le héros dans ces lieux épurés immenses que forment les plaines, les montagnes, ravins, etc. L'interaction avec le cheval Agro est elle aussi restreinte puisqu'à l'inverse d'Epona, la monture de *Shadow of Colossus* ne reçoit aucune carotte pour accélérer sa course. Quant au réalisme du cheval dans le jeu, l'équipe de réalisation a pris des cours d'équitation dans le but de se rapprocher au plus près des mouvements, des sentiments et des

---

<sup>670</sup> Sur <http://fr.zelda.wikia.com/wiki/Epona>. Consulté le 27.09.2016.

réactions réels du cheval et du cavalier<sup>671</sup>. La complémentarité entre le cavalier et la monture que crée le jeu vidéo nous conduit quelque peu à l'anthropocentrisme de l'anthroposophe Karl König qui voyait dans le cavalier l'aboutissement corporel et identitaire du cheval :

Pour qu'une mélodie émane de ces mouvements, il faut qu'un homme monte sur le cheval. Aussitôt, l'allure et les évolutions diverses de la bête peuvent devenir mélodique, parce qu'elles sont soumises au cavalier. Homme et monture composent une unité. L'un fournit le rythme et l'autre la mélodie. C'est un des nombreux mystères qui justifient le plaisir, le bonheur, de monter à cheval: homme et bête unis, deviennent une musique. Le cheval ne trouve son accomplissement que dans le cavalier. Si beaux que puissent être des chevaux lâchés en liberté dans la nature, ils restent incomplets et paraissent « nus ».<sup>672</sup>

Sa disparition au cours de l'aventure, à l'instar de la disparition tragique du cheval Artax dans le roman *Une histoire sans fin* (1979) de Michael Ende, plonge le joueur dans l'abandon mais contrairement à ce dernier, aucun dragon à tête de chien ne vient suppléer le héros dans la fin de sa quête.

#### Illustration 17



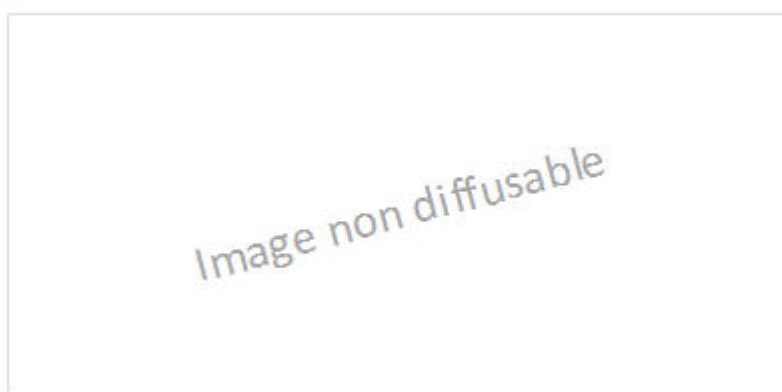
Link et la jument Epona dans *Ocarina of Time* sur Nintendo 3DS (2011)

---

<sup>671</sup> « Décryptage, William Turner et Shadow of the Colossus », *IG L'esprit du jeu vidéo* n°18, février/mars 2012, p.176-181 ; « Le jeu selon Fumito Ueda L'art de l'épure », *IG L'esprit du jeu vidéo* n°20, juin-juillet 2012, p.180-185.

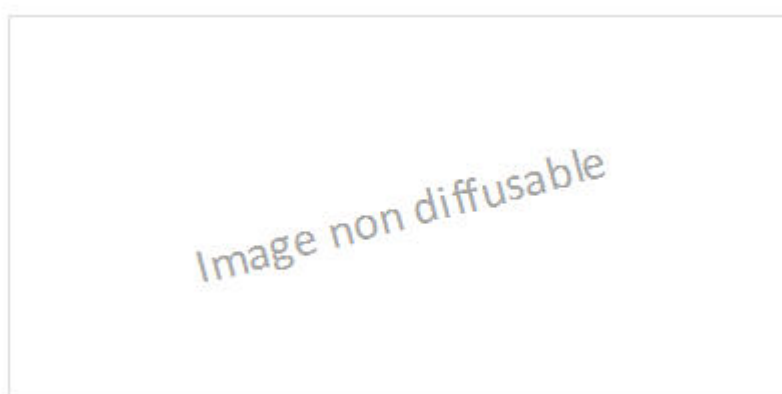
<sup>672</sup> Karl Koenig, *Frère animal. L'homme et l'animal dans le mythe et dans l'évolution*, Paris, 1971, p. 206.

Illustration 18



Le « centaure » isolé du jeu vidéo *Shadow of colossus* sur Playstation 2 (2006)

Illustration 19



Le retour du « centaure » isolé du jeu vidéo *Shadow of colossus* sur Playstation 4 (2017)



### 3.2. Le bestiaire diffus : des montures, captures, rencontres et ennemis de l'Elf

Dans les mondes des jeux vidéo *Zelda*, le cheval n'est pas le seul animal à intervenir. Car une analyse de chaque jeu serait nécessaire à l'établissement d'un corpus, nos résultats n'en constituent qu'une introduction. Dans les mondes de *Zelda* figurent des compagnons animaux, des activités liées aux animaux et des ennemis à vaincre. Commençons par les alliés de Link. Dans les jeux vidéo *The Legend of Zelda Oracle of seasons* et *The Legend of Zelda Oracle of Ages (2001)*, les trois compagnons disponibles sont le dinosaure rouge Dimitri, l'ours bleu ailé Moosh et enfin le kangourou Ricky qui transporte le héros dans sa poche, a la capacité de faire des bonds prodigieux et maîtrise l'art de la boxe. Si elle peut surprendre, l'utilisation d'un kangourou dans un jeu vidéo japonais (et non australien) est nullement un cas isolé : Des animaux-montures kangourous à tête de chien sont maniables dans les jeux *Bombberman*. Ils augmentent la puissance du héros (capacité de saut, d'endurance, de frappe). Par extension, l'utilisation du kangourou transportant le héros dans sa poche ne nous apparaît pas éloigné des fameux Méchas, ces robots surpuissants typiquement japonais pilotés par des humains.<sup>673</sup> L'utilisation du kangourou dans ces jeux vidéo combinerait l'histoire du Japon (le mécha) avec l'utilisation historique des kangourous en boxe.<sup>674</sup> À ce titre, un personnage de kangourou boxeur est disponible dans la série japonaise de jeux de combat *Tekken*. Quant au héros Link, il est également apparu dans le jeu de combat à l'arme blanche en 3 dimensions *SoulCalibur II*.<sup>675</sup>

En ce qui concerne les activités du héros, en plus d'agir sur la flore et d'explorer tous types de lieux – le Lac Hylia, les bois perdus, La montagne de la mort, etc. – sont présentes la pêche et la chasse aux insectes qui nécessitent de la dextérité de la part du joueur. C'est le cas dans *The Legend of Zelda Skyward Sword* (2011) dans lequel Epona a été remplacée par un oiseau volant Célestrier (célestre/destrier). Ici, les insectes permettent d'engranger des rubis et de préparer des potions.<sup>676</sup> De manière plus épisodique, les animaux sont diffus dans le monde de l'île Colocint qui possède deux villages : le village des mouettes et le village des animaux.

<sup>673</sup> Jean-Claude Heudin, *Robots et avatars. Le rêve de Pygmalion*, Paris, 2009, p. 60-73; *Id.*, *Les créatures artificielles. Des automates aux mondes virtuelles*, Paris, 2008, p. 338-355.

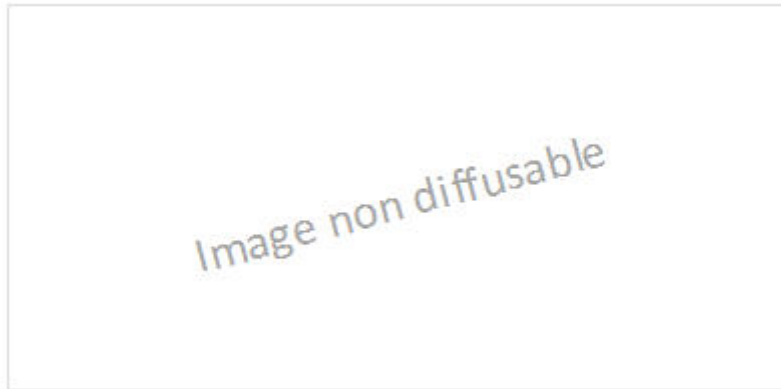
<sup>674</sup> Le *Sportmuseum* de la ville de Cologne diffuse des vidéos de combat de boxe entre kangourous et humains.

<sup>675</sup> Respectivement les articles « *Bombberman 1<sup>ère</sup> partie* », *IG L'esprit du jeu vidéo* n°15, août/septembre 2011, p.16-21 ; « *Bombberman 2<sup>ème</sup> partie* », *IG L'esprit du jeu vidéo* n°16, octobre/novembre 2011, p.216-223 ; « *Tekken (retrospective)* », *IG L'esprit du jeu vidéo* n°15, octobre/novembre 2011, p.48-57 ; « *SoulCalibur (retrospective)* », *IG L'esprit du jeu vidéo* n°19, avril/mai 2012, p.212-217 et « *Les invités de SoulCalibur* », *IG L'esprit du jeu vidéo*, Hors-série 1, juillet/août 2011, p.206-211.

<sup>676</sup> « *The Legend of Zelda Skyward Sword* », *IG L'esprit du jeu vidéo* n°17, décembre 2011/janvier 2012, p.36-39.

Dans ce dernier, les animaux communiquent avec le héros dans une même langue. Enfin, Link croisera quelques chiens – celui de la boutique d’Hyrule dans *The Legend of Zelda The Minish Cap* (2004) et dans *Zelda Link’s Awakening* (1993)<sup>677</sup> – mais c’est surtout sa transformation en loup dans *The Legend of Zelda Twilight Princess* (2006) qui l’unit au chien. Transformé, son odorat sera démultiplié : pour trouver des indices, une ligne de couleur à suivre pour trouver des indices est visible à l’écran. Il sera doté de la capacité de voir les spectres et fantômes et de communiquer avec eux.<sup>678</sup>

#### Illustration 20



La transformation en loup dans *The Legend of Zelda Twilight Princess* HD sur Wii U (2016)

À cela, il nous faut inclure les monstres et animaux à combattre et éliminer puisqu’à l’instar des héros des œuvres littéraires de J.R.R. Tolkien *Bilbo le Hobbit* (1937) et *Le Seigneur des anneaux* (1954-1955), le héros vidéoludique japonais affrontera des araignées géantes lors de ses périples. En lien au folklore asiatique cette fois, le méchant Ganon à la tête porcine est quant à lui tiré de la légende chinoise *Le Roi des Singes* très populaire au Japon. Ainsi, à la manière de notre héros Link, le chercheur ’gagnerait à parcourir ces mondes sur Epona à la recherche des bêtes de cette licence mythique du jeu vidéo. Pour celles et ceux qui hésitent à monter à cheval, reste la possibilité de lui préférer la compagnie de Pikachu !

---

<sup>677</sup> « Zelda Link’s awakening », *IG L’esprit du jeu vidéo*, Hors-série 1, juillet/août 2011, p.254-257.

<sup>678</sup> « Vis ma vie de chien », *IG L’esprit du jeu vidéo* n°10, septembre/octobre 2010, p.182-185.

#### 4. Les Pokémon : Attrapez-les tous !

Un jour, je serai le meilleur dresseur / Je combattrai sans répit / Je ferai tout pour être vainqueur / Et gagner les défis / Je parcourrai la terre entière / Traquant avec espoir / Les Pokémon et leurs mystères / Le secret de leurs pouvoirs / Pokémon / attrapez-les tous / c'est notre histoire / Ensemble pour la victoire / Pokémon / rien ne nous arrêtera / Notre amitié triomphera...

Pokémon, début du générique français du dessin animé

Découvrir et contrôler la nature, c'est un thème-clé dans *Pokémon*, puisque l'un des aspects les plus importants est de dompter des animaux sauvages pour les réduire à de petits objets compacts, portatifs, contrôlables et échangeables. Les personnages Pokémon sont à la fois des amis et des outils, dressés et possédés par des êtres humains. En y ajoutant des idéologies consuméristes, Pokémon exacerbe le processus de mignonisation des vies imaginaires des enfants que Disney a exploité par le passé.<sup>679</sup>

Koichi Iwabuchi

Par la découverte et le contrôle de la nature, Pokémon nous invite à découvrir et à contrôler la culture. Pour les enfants, le passage au nouveau millénaire fut secoué par le phénomène international Pokémon et la question qui se posait alors à eux n'était pas de se procurer le jeu vidéo Pokémon mais davantage de choisir l'une des deux versions disponibles : « En 1999, il faut donc choisir son camp. Ficher dans sa Game Boy une cartouche rouge ou une cartouche bleue, capturer un maximum de créatures au fil d'heures faisant fondre son stock de piles AA ». <sup>680</sup> L'invasion des monstres de poche (Pocket Monster) fut si colossale que s'il est tolérable de ne pas encore connaître Donkey Kong, Super Mario, le hérisson Sonic et l'Elf à la tunique verte sur Epona, que celui ou celle qui n'a jamais entendu le nom de Pikachu me jette la première PockéBall !

Capturer ces monstres sauvages avec un ensemble limité de mots forme un exercice de style périlleux auquel l'on pourrait consacrer un travail de recherche conséquent et écrire plusieurs versions. Notre projet est d'en définir succinctement les caractères principaux. Pour ce, nous

---

<sup>679</sup> Koichi Iwabuchi, « Quelle est la part du « typiquement japonais » dans Pokémon ? », dans Joseph Tobin (éd.), *La grande aventure de Pikachu. Grandeur et décadence du phénomène Pokémon*, Toulouse, 2013, p. 85–120, ici p. 111

<sup>680</sup> « Game stories L'histoire secrète du jeu vidéo », *Trois couleurs*. Hors-série 7, édition collector, 2011, p.33.

commencerons par traiter l'émergence et le succès de Pokémon, continuerons par la définition de l'univers avant de conclure sur la résurgence du phénomène à l'été 2016 avec l'application *Pokemon Go*.

#### 4.1. Prendre le contrôle de l'animal libre et sauvage

Aux États-Unis, un communiqué de presse de Nintendo daté de septembre 1999 donne toute la mesure de l'ampleur de l'exportation de la franchise. Pour reprendre la formule de Gilles Brougère, « Pokémon est une ronde », c'est-à-dire la circulation qui entraîne les enfants et les adolescents à passer chronologiquement d'un support à l'autre ou à jongler entre les déclinaisons. Pokémon s'avère donc être bien plus qu'un jeu vidéo. Ce phénomène peut servir de loupe grossissante à l'observation de la logique d'ensemble de la culture des médias pour enfants<sup>681</sup> : le slogan « Attrapez-les tous » vaut aussi bien pour les monstres sauvages que pour nos chers petits monstres qui tentent de les capturer avant de les dresser pour les faire combattre. Avec Pokémon, plus que la sphère du jeu vidéo, c'est le quotidien ludique et non ludique des enfants qui est envahi :

Dans sa première année d'exploitation, la franchise Pokémon a généré cinq milliards de dollars, soit presque autant que la totalité de l'industrie américaine du jeu en 1998. Pokémon était le jeu vidéo le plus vendu sur Game Boy et le jeu de cartes à collectionner le plus lucratif ; quant au dessin animé, il faisait les meilleures audiences sur les réseaux Warner Brothers et affiliés. L'album de la bande originale *2.B.A Master* et le guide officiel Pokémon (Official Pokemon Handbook) ont fini dans le top des dix meilleures ventes de leurs catégories respectives ; des magazines Pokémon et des albums autocollants commençaient à faire leur apparition dans les rayons. Aux États-Unis, plus d'une centaine d'entreprises faisaient des produits Pokémon sous licence, tandis qu'au Japon, plus d'un millier de produits différents étaient disponibles en magasin.<sup>682</sup>

En ce qui concerne la réception de Pokémon en France, Gilles Brougère distingue les logiques à l'œuvre.<sup>683</sup> Il insiste sur l'importance de l'appréhension d'une conséquence directe de la

---

<sup>681</sup> Gilles Brougère, « La ronde de la culture enfantine de masse », dans Gilles Brougère (éd.), *La ronde des jeux et des jouets. Harry, Pikachu, Superman et les autres*, Paris, 2008, p. 5–21.

<sup>682</sup> David Buckingham et Julian Sefton-Green, « Structure, capacité d'agir et pédagogie dans la culture des médias pour enfants », dans Joseph Tobin (éd.), *La grande aventure de Pikachu. Grandeur et décadence du phénomène Pokémon*, Toulouse, 2013, ici p. 29.

<sup>683</sup> Gilles Brougère, « Combien vaut en Pokémon ? Pokémon en France », dans Joseph Tobin (éd.), *La grande aventure de Pikachu. Grandeur et décadence du phénomène Pokémon*, Toulouse, 2013, p. 271–299.

mondialisation. C'est ce qu'il nomme le « Timing culturel » d'un produit culturel. Comme c'est le cas pour la France, les pays dans lesquels les produits sont exportés avec parfois des années de décalage s'emploient à rattraper ce retard en matière d'offre. La conséquence directe est la saturation rapide du marché qui accumule en une courte période ce qui au Japon a été échelonné dans le temps. Dans ce contexte, la sortie d'un jeu vidéo devient un événement attendu :

En France, dès le jour du lancement le 8 octobre 1999, il apparaît que les écoliers et les lycéens du terroir ne sont pas indifférents aux aventures de Pikachu, Salamèche, Ronflex et leurs compères : 35 000 cartouches sont écoulées en deux semaines. Au 1<sup>er</sup> janvier 2000, ce chiffre s'est multiplié par dix. En l'espace de trois mois, Pokémon est devenu le jeu le plus vendu de 1999 !<sup>684</sup>

Gilles Brougère insiste aussi sur la synergie entre le jeu vidéo, les images maniables (cartes, les autocollants) et le dessin animé de l'univers de Pokémon. Il étudie la construction du phénomène dans sa constitution économique et dans les pratiques des enfants joueurs. Ces médias se complètent et s'alimentent, chacun avec sa spécificité médiatique. Par exemple, le dessin animé introduit une narration et un mode d'emploi des jeux des enfants. En France, durant les six mois du raz de marée, ce sont le jeu de cartes et les images autocollantes sorties chez Merlin, le concurrent de Panini, qui furent la proie des enfants. Suite à notre étude des autocollants Panini, nous pouvons affirmer que cette pratique collective avec des cartes n'a donc nullement été inventée mais récupérée. C'est parce que cette pratique est fortement implantée en France que Pokémon a pu y placer ses produits avant que les enfants, comme à leur habitude, ne se conforment pas aux règles officielles. C'est le troisième point : Pokémon est avant tout une pratique et son succès, en plus des efforts de l'industrie, est dû à sa capacité à s'insérer dans des pratiques de jeu quotidiennes existantes maîtrisées.

Pour conclure, il est important de préciser et de nuancer nos propos quant à l'invasion réussie des monstres de poche. Que le recul historique nous amène à appréhender ce succès comme justifiable ne doit pas nous conduire à en oublier les obstacles. Lors de la sortie du jeu, la situation économique et symbolique de Nintendo n'était pas réjouissante - le concurrent Sony venait de lancer la console PlayStation en 1994 - et sa console Game Boy se trouvait quelque peu sur le déclin. À cela, il faut ajouter que la création du jeu vidéo fut longue du fait des continuelles améliorations imposées par les directives du producteur Shigeru Miyamoto et à l'absence de publicité. Aucune publicité ne fit la promotion de Pokémon !<sup>685</sup> Le contexte du

---

<sup>684</sup> Ichbiah, 2014, p. 347.

<sup>685</sup> *Id.*, 2014, p. 337-351.

lancement du jeu au Japon n'était ni idéal ni totalement maîtrisé par Nintendo. Enfin, il est utile de nuancer le succès en tant que fait partagé et accepté par tous. Le plébiscite des enfants n'a pas été suivi par l'ensemble des institutions sociales et ses représentants de nos pays (les écoles, les pédagogues, les psychologues), par les critiques anti-capitalistes et des oppositions religieuses, notamment protestantes et musulmanes. Ces critiques, nous le soulignons, quasi inexistantes au Japon, portent plus principalement sur le comportement des enfants que sur le contenu de l'univers, même si la vision jugée darwiniste des Pokémon<sup>686</sup> et de leurs évolutions fut une cible régulière de critiques<sup>687</sup>. Ainsi, le générique français du dessin animé s'est montré trop enthousiaste dans sa quête : le dresseur de Pokémon n'a pas l'autorisation de parcourir la terre entière. Malheureusement pour lui, l'amitié ne triomphe pas toujours...

#### Illustration 21



L'icône mondiale Pikachu (en version perles !)

---

<sup>686</sup> Sur la réception scientifique du darwinisme au Japon, voir Pierre Thuillier, *Les passions du savoir Essai sur les dimensions culturelles de la science*, Fayard, 1988, le chapitre 4 « Darwin chez les samouraïs », p.53-67

<sup>687</sup> Christiane R. Yano, « Panique à bord : les voix anti-Pokémon sur les marchés mondiaux » dans Joseph Tobin (sous la direction de), *La grande aventure de Pikachu, grandeur et phénomène Pokémon*, Pix'n Love editions, 2013, p. 271-299

## 4.2. Qu'est-ce que Pokémon ?

De quoi est-il question dans cette ronde Pokémon de jeux vidéo, dessins animés, mangas, jeux de cartes et jouets ? Comment résumer brièvement Pokémon à l'heure où l'application de tous les records *Pokémon Go* monopolise nombre de discussions et chasseurs (piétons) armés de smartphones ou tablettes ? Le générique français du dessin animé et la réflexion de Koichi Iwabuchi nous fournissent un point de départ idéal.

Dans Pokémon, il est surtout question de monstres et de dresseurs en apprentissage. Bien que ces animaux sauvages vivent en bons termes avec les humains - ils ne sont pas assimilables à des parasites, des nuisibles ou des espèces envahissantes - la quête menée par de jeunes enfants situés entre la pré-adolescence et l'adolescence est de devenir dresseur et maître. Pour ce faire, ils partent à la chasse, les traquent, les capturent, les dressent et les font combattre lors de duels. Dans Pokémon, comme dans les jeux vidéo *The Legend of Zelda*, l'exploration de l'espace est centrale. Le jeune apprenti est soutenu. Premièrement, il possède des amis, des adversaires et de nombreux animaux à capturer. Cette dimension explicite la pratique du jeu de cartes, de l'anime et du jeu vidéo. Cet univers est un monde dans lequel il faut capturer des exemplaires sauvages. Aussi important que le combat et la victoire, l'échange de Pokémon structure et oriente la pratique. C'est ce qui justifie l'existence de deux versions des jeux vidéo (bleue et rouge, Or et argent, X et Y) et du câble externe qui reliait les deux Game Boy. En 1999, une version ne comportait que 140 monstres sur les 151 existants. L'échange était par conséquent nécessaire à l'obtention de la totalité des monstres. Pour le créateur Satoshi Tajiri, c'est l'aspect relationnel de Pokémon qui garantit son succès auprès des enfants : « Si deux joueurs récupèrent des Pokémon en se les échangeant, ils entretiendront de bonnes relations. N'est-il pas sensationnel de voir que l'un de mes Pokémon va se retrouver dans la cartouche d'un inconnu ? ».<sup>688</sup> Deuxièmement, le dresseur possède une PokéBall avec laquelle il capture les monstres et les transporte. Par leur caractère portatif, les Pokémon sont à l'image des consoles Game Boy ou Nintendo DS : le contenu est en symbiose avec le contenant. Il existe différents types de PokéBall avec un taux de réussite de capture variable mais au final, le principe demeure identique : lancée lors de la capture, elle transforme la masse du monstre en une énergie afin de l'encapsuler. Lancée lors d'un affrontement, elle permet au dresseur de délivrer le monstre pour le faire combattre. Le mouvement est visuellement comparable à un jet de pierre ou à celui d'un javelot de chasse. Troisièmement,

---

<sup>688</sup> *Id.*, 2014, p. 350.

le dresseur peut posséder le Pokédex, un appareil comparable à un ordinateur miniature portable. Légèrement différent selon le média, il identifie instantanément les Pokémon (corps, comportements, écologie), établit une liste des acquisitions et identifie le dresseur.

En tant qu'univers riche à la stratégie complexe - le nombre conséquent de monstres associés et leurs caractéristiques - devenir un maître Pokémon constitue un apprentissage intellectuel non négligeable qui nécessite l'acquisition de savoirs ou d'informations à utiliser par la suite de façon appropriée lors de l'interaction directe avec le jeu, la machine ou celle avec ses pairs. La portée initiatique scientifique et sociale que revêt pour l'enfant la « ronde Pokémon » a été mise en lumière par Julian Sefton-Green.<sup>689</sup> Le joueur/dresseur est fortement incité à acquérir une somme conséquente d'informations parce qu'il s'agit de les capturer et de se les approprier par la maîtrise de leurs caractéristiques. Le parallèle établi par la série animée entre le dresseur Sacha et le téléspectateur n'en devient que plus fondé. L'identification au héros, en plus de se matérialiser par le « faire semblant » des jouets, jeux et du matériel à disposition dans tous les rayons de magasins se concrétise également par l'existence de ligues et tournois mondiaux Pokémon.<sup>690</sup> Il est remarquable que pour percer les pouvoirs et les mystères des Pokémon à l'aide de la PokéBall et du Pokédex sont sollicitées les pratiques de la chasse, du dressage, du combat, du classement, de la collection et de l'échange. Nous savons en effet qu'elles sont constitutives de nos rapports aux animaux et nos actions sur eux. La logique de Pokémon explicite nos rapports imaginaires et non imaginaires sur les animaux réels vivants. Leur présence au sein de l'exposition *Animal* au Musée des Arts décoratifs de Paris en fournit un discret témoignage.<sup>691</sup> Du côté des sciences, l'intérêt suscité par les combats et les duels de scarabées en Thaïlande nous renvoient également à la logique des monstres de poche de Nintendo.<sup>692</sup>

Le mythe que l'on en a constitué autour du créateur et de la création des Pokémon s'inscrit dans la réalité et le vécu des animaux vivants. Il est dit que le Satoshi Tajiri, né en 1965 à l'ouest de Tokyo, lui-même collectionneur d'insectes et organisateur de rencontres aurait eu l'idée de créer Pokémon suite à la vue d'un criquet installé sur le câble d'une Game Boy !

---

<sup>689</sup> Julian Sefton-Green, « Rites initiatiques. Un petit garçon dans un Pokémon », dans Joseph Tobin (éd.), *La grande aventure de Pikachu. Grandeur et décadence du phénomène Pokémon*, Toulouse, 2013, p. 207-239.

<sup>690</sup> Informations disponibles sur : [www.pokemon.fr](http://www.pokemon.fr).

<sup>691</sup> L'exposition *Animal* au Musée des Arts décoratifs de Paris (18 février 2010 - 11 décembre 2011).

<sup>692</sup> Le colloque international, *Un « tournant animaliste » en anthropologie ?*, Collège de France, Paris, 22-24 juin 2011. Dans l'exposé de Stéphane Renesson et Emmanuel Grimaud « Jeux d'espèces et cybernétique », les combats de scarabées, les joutes de poissons demi-becs et les concours de chants d'oiseaux en Thaïlande furent traitées. Plus précisément sur les insectes voir Stéphane Renesson, Emmanuel Grimaud et Nicolas Césard, « Jeux d'espèces. Quand deux scarabées se rencontrent sur un ring », dans Sophie Houdart et Olivier Thierry (éd.), *Humains, non humains. Comment repeupler les sciences sociales*, Paris, 2011, p. 30-39.



L'idée d'échanger des créatures vivantes par l'utilisation d'un câble relié à deux machines serait née ainsi. Elle permettrait aux enfants n'ayant plus la chance et le bonheur d'explorer la nature dévastée par l'urbanisation, d'éprouver à leur tour des émotions similaires aux siennes :

« Un étang à poissons devenait un centre de loisirs » se rappelle-t-il. Délogés de leur espace vital les insectes disparaissaient un à un. Le jeune garçon s'était senti animé d'une pulsion à la Noé : il fallait collectionner ces bestioles pendant qu'il était encore temps et sauvegarder leur diversité. Satoshi Tajiri rapportait ses captures à domicile, étudiait leur comportement, découvraient que certains se nourrissaient d'autres. Il avait développé une telle assiduité en la matière que les autres enfants l'avaient baptisé Docteur Insecte.<sup>693</sup>

La capture et le combat d'insectes est une pratique ancienne des enfants japonais. Elle n'est pas éteinte, ne fut-ce que ludiquement. En 2003, la firme SEGA a installé dans de nombreuses surfaces commerciales du Japon les bornes d'arcade *Mushiking*, un jeu de combat d'insectes combinant les cartes à collectionner avec le jeu vidéo<sup>694</sup>. Nous pouvons par conséquent nous questionner sur l'écart et l'élasticité qu'il existe entre le sauvetage de la nature et la pleine volonté de maîtrise qui s'exerce sur elle. En effet, alors que dans le jeu *Sonic - The Hedgehog*, le héros libère les animaux de l'industrialisation et de la science moderne, le jeu *Pokémon* propose d'explorer la nature par la capture de ces espèces dont la manipulation est réalisable et légitimée par la science !

Dans Pokémon, les créatures apparaissent être les seules créatures non humaines à peupler le monde. Les Pokémon se définissent avant tout de par leurs attaques, leur relation au dresseur et leur espèce. Chaque exemplaire (ou individu ?) d'une espèce (ou modèle ?) porte le nom de son espèce et s'exprime uniquement avec ce dernier. Par exemple, le héros Pikachu est un individu de l'espèce Pikachu et s'exprime uniquement en répétant Pikachu. La valeur de ces noms est importante : ils sont des marques déposées. Quant au nombre de créatures, depuis la sortie du premier jeu vidéo, il a augmenté de manière drastique, passant de 151 à 721 selon le recensement officiel du Pokédex<sup>695</sup>. Chaque génération apporte son lot de nouvelles créatures par l'intermédiaire des jeux vidéo qui sortent en plusieurs versions, par exemple *Pokémon Lune* et *Pokémon Soleil* en 2013, *Pokémon rubis Omega* et *Pokémon saphir Alpha* en 2014, etc. À ce jour, nous comptons sept générations de Pokémon. Toutefois, précisons que certains jeux sortant sur Nintendo DS et Nintendo 3DS sont en fait des réactualisations de jeux vidéo

---

<sup>693</sup> Ichbiah, 2014, p. 338.

<sup>694</sup> « Sega, de constructeur de consoles à éditeur de jeux », *IG L'esprit du jeu vidéo Hors-série n°6*, mars/avril 2013, p.124.

<sup>695</sup> Chiffre officiel daté du 24.10.2016 sur : [www.pokemon.fr](http://www.pokemon.fr).

plus anciens sortis sur la console portable Game Boy. Mais venons-en maintenant au Pokédex qu'est le tableau classificatoire.

La raison pour laquelle les Pokémon sont les seules créatures présentes avec les humains s'explique partiellement par le spectre, c'est à dire l'offre de créatures. Au total, dix-huit types de Pokémon sont recensés : normal, feu, eau, plante, électrique, glace, combat, poison, sol, vol, psy, insecte, roche, spectre, dragon, ténèbres, acier, fée. Un Pokémon possède un ou deux types qui conditionnent sa puissance (force/faiblesse) et peut obtenir un nouveau type après son évolution. À cela, ils possèdent des caractéristiques propres classées par degrés (attaques, défense, vitesse) qui déterminent leur capacité à combattre tel ou tel adversaire et que doivent maîtriser le joueur lors du combat. Toutes ces caractéristiques montrent que ces monstres sont des créatures ludiques : elles sont « jouables », c'est-à-dire adaptées aux jeux des enfants.

Les numéros qui se suivent sont l'évolution d'un même Pokémon. Ces évolutions marquent le passage à l'âge adulte du monstre (aiglon → aigle). La transformation physique de la créature en rend compte (mignon → menaçant, redoutable). Voici une liste chronologique de Pokémon associés à des animaux vivants. La tâche d'identifier chaque animal, dans le souci de garder l'esprit scientifique rigoureux ludique de Pokémon, reviendra au lecteur-joueur !:

Rattata (19), Ponyta (77) - Galopa (78), Otaria (86) - Lamantine (87), Krabby (98) - Kraboss (99), Rhinoféros (112), Kangourex (115), Tauros (128), Mimigal (167), Girafarig (203), Scorplane (207), Nironnelle (276), Goéliste (279), Sharpedo (319), Sévipér (336), Kaimorse (335), Ouisticram (390) - Chimpenfeu (391) - Simiabraz (392), Castorno (400), Corboss (430), Chaglam (431) - Chaffreux (432), Chacripan (509) - Léopardus (510), Chovsourir (527), Rototaupe (529), Macaiman (551) - Escroco (552) - Crocorible (553), Passerouge (661) - Braisillon (662) - Flambusard (663), Furaiglon (627) - Gueriaigle (628), Pandespègle (674) - Pandarbare (675), Galvaran (694) - Iguolta (696).

Le constat relève de l'évidence : les insectes qui étaient à l'origine conceptuelle des Pokémon ont été rejoints par des espèces diverses auxquelles il faut encore ajouter les dinosaures, les sucreries, les créatures légendaires, les sécrétions humaines (bave, morve), les peluches, sans oublier les Pokémon de type humanoïde. C'est au sein de cette dernière catégorie que l'on trouve la très controversée Lippoutou (124), Pokémon à la peau noire dont les caractéristiques physiques (lèvres surdimensionnées rouges, largeur du corps, forte accentuation des hanches) renvoie à une représentation stéréotypée figée des femmes noires au Japon, un héritage culturel partiel de l'occupation américaine d'après-guerre. La description officielle de

Lippoutou laissera pantois tout ethnologue digne : « Lippoutou marche en rythme, ondule de tout son corps et se déhanche comme s'il dansait. Ses mouvements sont si communicatifs que les gens qui le voient sont soudain pris d'une terrible envie de bouger les hanches, sans réfléchir ». <sup>696</sup>

Les descriptions officielles, en plus du choix du nom et du physique, positionnent parfois les Pokémon dans un rapport direct et non équivoque avec les espèces vivantes réelles. Certaines parties du corps sont augmentées et les capacités, ajustées. Il en existe plusieurs modalités mais ce qui nous importe est que l'animal vivant est pris pour modèle avant d'être intégré à l'univers : les méthodes de défense et d'attaque, les capacités sensorielles, le comportement, la couleur, son allure, sa représentation culturelle, sa fonction, son régime alimentaire, etc. Par exemple, le Pokémon Cabriolaine (672) – « Ce Pokémon paisible serait le premier à avoir jamais cohabité avec les humains » – évolue en Chevroum (673) qui est herbivore, sert de monture et a la capacité de comprendre son partenaire humain : « Quand son Dresseur le tient par une corne, il est capable de deviner ses plus subtils changements d'humeur et de s'y adapter ». Quant au monstre de poche Lakmécygne (581), il est « un Pokémon gracieux, mais aussi robuste. Il peut voler des milliers de kilomètres grâce à ses ailes puissantes ». Un autre détail est que le corps Pokémon concrétise dans le rapport à l'humain, à l'exemple de Goupix (37) : « À sa naissance, Goupix a une queue blanche. Cette queue se divise en six si le Pokémon reçoit de l'amitié de la part de son Dresseur ». Lorsque le relationnel forme le corps, ce dernier devient visible. C'est cette relation à l'humain qui nous achemine au chien. Voici les quelques Pokémon canins. Le premier chien est Caninos (n°58). D'une taille de 0,7 m et d'un poids de 19 kg, ce Pokémon est de type feu, ce que montre sa robe. Il est un fidèle, défend son maître, amical et affectueux. Son odorat est très développé. Il l'utilise pour connaître les émotions des autres. Il peut être dressé. Son évolution est Arcanin (n°59) un Pokémon légendaire d'une taille de 1,9 m et d'un poids de 155 kg. Sa rapidité est son point fort ainsi que son endurance. Snubbull (n°209) est un Pokémon de type fée qui terrorise ses adversaires. Il mesure 0,6 m et pèse 7,8 kg. Il évolue en Granbull (n°210) qui possède des crocs très lourds mais qui ne mord que lorsqu'il a peur. Malosse (n°228) est imposant. Ils chassent en meute et encerclent leurs ennemis. Il évolue en Démolosse (n°229), dont l'allure ressemble à celle du Doberman. Ces deux Pokémon sont sombres et ont un aspect menaçant. Ponchiot (n°506) a des poils au museau lui servant de radars. Il évolue en Ponchien (n°507),

---

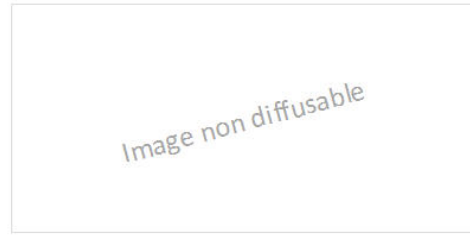
<sup>696</sup> Description officielle de *Lippoutou* <http://www.pokemon.com/fr/pokedex/lippoutou> le 26.10.2016.

un pokémon qui aide les dresseurs Pokémon lorsqu'il en rencontre. Il évolue en Mastouffe (n°508) qui sauve les gens bloqués dans les montagnes. Il est protégé contre le froid.

Illustrations 20-27



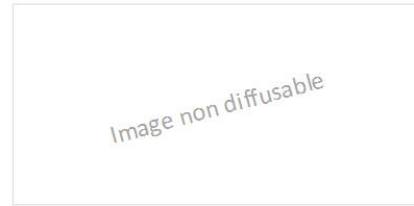
Caninos (58)



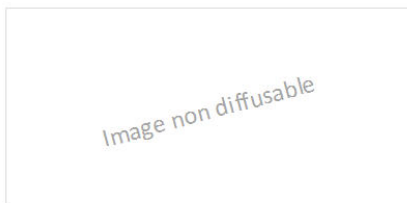
Arcanin (59)



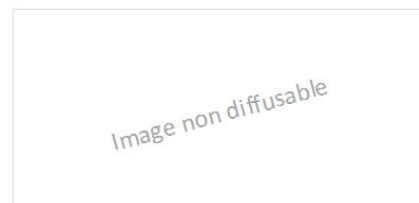
Snubbull (209)



Granbull (210)



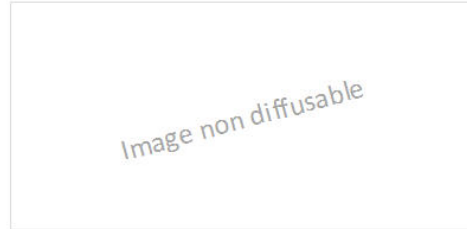
Malosse (228)



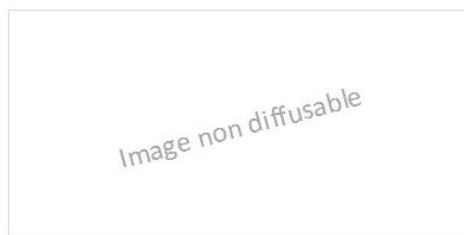
Démolosse (229)



Ponchien (506)



Mastouffe (508)



Couafarel (676)

### 4.3. Pokémon Go, de la cour de récréation à la planète terre

Nous sommes en juillet 2016, la chasse aux monstres de poche est officiellement ouverte aux possesseurs de smartphones et tablettes. Comme il est de coutume, la période de chasse légale n'a pas été respectée par tous puisque l'application *Pokémon Go* avait déjà été téléchargée par quelques impatients ! Officiellement, après le Japon, l'Australie, la Nouvelle-Zélande, les États-Unis, l'Allemagne et l'Angleterre, c'est la France qui se remplit de créatures à capturer d'un nouveau type et de ceux que l'on nomme « les piétons zombies ». Les Pokémon sont désormais partout puisque la réalité de ces monstres a été augmentée. Désormais cachés dans le salon ou la salle de bain, dans les parcs, près des monuments, dans un fleuve, ils demeurent invisibles à l'œil nu. Un appareil de vision est nécessaire à leur traque. Car ils résistent et s'enfuient, il est également demandé au chasseur d'être attentif et actif. Son appareil de vision lui sert parallèlement de détecteur : À l'approche de Pokémon le chasseur est informé de la présence de la proie ! Comme l'annonce son nom et sa comparaison à la chasse et la collecte, *Pokémon Go* incite l'humain au mouvement, voire au déplacement en masse. Il faut explorer (marcher, attendre, se cacher), chasser collectivement et s'échanger les captures. Les principes ludiques qui ont fait le succès des jeux Pokémon depuis vingt ans sont présents. Les sources officielles mettent en valeur ces principes qu'elles déclinent en famille (un père et sa fille), groupe d'amis ou foules organisées en chasseurs. Avec *Pokémon Go*, ce qui était au départ un canular de Google daté du premier avril 2014 s'est transformé en un raz de marée appliqué à la réalité.<sup>697</sup> Le succès est immédiat. Bien avant *Pokémon Go*, les catalogues officiels s'étaient déjà montrés lucides quant aux potentialités de séduction des principes ludiques de monstres : « Die Begeisterung fürs Jagen, Sammeln, Tauschen und Duellieren - das steckt wahrscheinlich in jedem von uns. Aber ganz besonders in jedem Pokemon Spiel »<sup>698</sup> que nous traduisons par « L'enthousiasme pour la chasse, la collection, l'échange et le duel se cachent en chacun de nous. Mais surtout dans chaque jeu Pokémon » (catalogue Nintendo, Allemagne, Noël 2010). Bien sûr, les Pokémon font acte de résistance : ils se cachent mais sont localisables via la carte. Ils s'enfuient parfois lors des tentatives de capture mais sont attirés par les leurres disposés par certains joueurs ! *Pokémon Go* fabrique une foule de chasseurs inédite en même

---

<sup>697</sup> La vidéo du canular a été regardée sur le site [www.jeuxvidéo.com](http://www.jeuxvidéo.com).

<sup>698</sup> Catalogue officiel gratuit de *Nintendo* (version allemande), Noël 2010.

temps qu'elle s'inscrit pleinement dans l'évolution des foules en lien à la digitalisation des sociétés dont les réseaux sociaux virtuels manifestent l'entremêlement du virtuel au réel.<sup>699</sup>

En ce qui concerne la réception médiatique, la discussion porte exclusivement sur la pérennité de l'application *Pokémon Go*. Selon nous, cet angle d'approche très anthropocentriste pose un faux problème. Tout d'abord, il est probable que l'engouement pour l'application s'essouffle. Après le lancement triomphal de l'application dû au taux élevé de possession de l'appareil nécessaire (smartphones, tablettes), à la combinaison entre la nostalgie des maîtres Pokémon (la première génération de joueurs et téléspectateurs)<sup>700</sup> et l'insertion d'une technologie assez récente dans le quotidien (la réalité augmentée, la géolocalisation ludique), l'engouement du départ s'atténuera. L'effet de nouveauté se transformera en une activité maîtrisée habituelle. Ensuite, au-delà de la simple chasse aux Pokémon, ce sont surtout les nouveautés ludiques et technologiques sur lesquelles il est judicieux de se concentrer puisqu'avec *Pokémon Go*, la géolocalisation et la réalité augmentée pénètrent sans grande résistance de la part des utilisateurs leur quotidien. La résistance et l'opposition, nous l'avons vu, se situent au niveau des institutions et des Etats. Il est ainsi fort probable que cette application, elle-même basée sur l'application précédente *Ingres* du studio Niantic, servira de modèle. Nintendo, possédant 30% du capital de la marque Pokémon, annonce enfin son arrivée dans la téléphonie mobile : l'application *Pokémon Go* permet l'amélioration de la technologie et des mécanismes de jeu, l'analyse des données des joueurs et l'habitué de ces derniers.

« Je pense que Nintendo envoie un message politique fort avec ce titre, et ils ouvrent la licence Pokémon à une base d'utilisateurs bien plus grande. Après ce coup, je suis sûr que Mario, Zelda et bien d'autres licences vont suivre », a estimé sur VentureBeat Serkan Toto, analyste spécialiste du marché mobile japonais.<sup>701</sup>

Si tout le monde parle de Pokémon Go, les angles d'approche n'en divergent pas moins. Un débat radiophonique nous a convaincu, qu'une fois encore, ce ne sont ni les Pokémon en eux-mêmes ni ses principes ludiques dont il est question (la chasse, le combat, la collection), mais de son utilisation, de ses bienfaits et risques<sup>702</sup>. La compartimentation du débat radiophonique

---

<sup>699</sup> Thomas Jamet, *Ren@issance mythologique. L'imaginaire et les mythes à l'ère digitale*, Paris, 2011, p. 63-93.

<sup>700</sup> « Pokémon, retour sur un succès sans précédent », le 25.07.2016 ; « Étude exclusive sur le phénomène Pokémon Go : 60% des 15-24 ans ont déjà installé l'application » », le 28.07.2016, le site web de l'AFJV, sur : [http://www.afjv.com/news/6560\\_pokemon-go-retour-sur-un-succes-sans-precedent.htm](http://www.afjv.com/news/6560_pokemon-go-retour-sur-un-succes-sans-precedent.htm).

<sup>701</sup> William Audureau, « Avec « Pokémon Go », Nintendo emmène les monstres de poche dans la rue », Le monde.fr, le 10.09.2015 sur [http://www.lemonde.fr/pixels/article/2015/09/10/avec-pokemon-go-nintendo-emmene-les-monstres-de-poche-dans-la-rue\\_4751229\\_4408996.html](http://www.lemonde.fr/pixels/article/2015/09/10/avec-pokemon-go-nintendo-emmene-les-monstres-de-poche-dans-la-rue_4751229_4408996.html).

<sup>702</sup> « Les dresseurs de Pokémon, proies faciles pour les cybercriminels : qui est responsable ? », le site web de l'AFJV, le 28.07.2016, [http://www.afjv.com/news/6587\\_pokemon-go-cybercriminalite-responsabilites.htm](http://www.afjv.com/news/6587_pokemon-go-cybercriminalite-responsabilites.htm) ;

a été remarquable : le géographe a analysé l'application *Pokémon Go* en termes d'espace. Le philosophe a alerté la population des risques. Le psychanalyste (neutre) s'est concentré sur le cerveau humain et les thérapies, etc. Le plus navrant a été l'absence de la biologie et de la tératologie dans la liste des invités. Alors que les Pokémon sont des monstres et qu'aussi bien les jeux de cartes, les jeux vidéo et les dessins animés invitent les dresseurs à les connaître, les classer et les faire s'affronter, la qualité de monstres des Pokémon est évacuée par les critiques adultes !<sup>703</sup> Dans le cadre de notre étude, cette caractéristique est essentielle. Elle est à l'origine de créatures omniprésentes dans les cultures de l'enfance. Nous avons déjà signalé l'omniprésence de la licorne et de créatures hybrides (cheval/tigre) dans la littérature jeunesse, la presse enfantine et adolescente et le jouet (les figurines fantaisie de Schleich ou Papo). En lien direct avec le chien, des jeux vidéo à succès tels que *Viva Pinata* (Nintendo DS, 2008) ou *Littlest Pet shop* (Nintendo DS, 2008) lient le chien aux créatures imaginaires (hybridation, proportions). À propos des Pokémon, des études ont insisté sur le caractère d'animal de compagnie donné à quelques créatures par les enfants. Pour trouver des éléments de réponse, nous explorerons du côté de la recherche universitaire portant sur le Japon et la globalisation culturelle - l'invasion des monstres de poche traduirait-elle une 'invasion culturelle japonaise ? Avant de conclure, il nous a semblé important de relier Pokémon à l'imaginaire scientifique de l'utopie, notamment *La nouvelle Atlantide* de Francis Bacon publiée en 1627, soit un an après sa mort.

Nous avons aussi des parcs et des enclos avec toutes sortes de quadrupèdes et d'oiseaux qui ne sont pas là uniquement pour le plaisir des yeux ou à cause de leur rareté, mais aussi en vue de dissections et d'expériences, afin que nous puissions de cette façon augmenter nos lumières sur ce qui peut être pratiqué sur le corps humain [...] Par art aussi, nous les rendons plus gros ou plus grands que les autres représentants de leur espèce, ou bien plus petits, en arrêtant leur croissance. Nous les rendons plus féconds qu'à l'ordinaire ou au contraire stériles. Nous modifions aussi en bien des façons leur couleur, leur forme et leur comportement. Nous trouvons des moyens de faire des croisements et des accouplements entre espèces différentes, ce qui a donné de nombreuses espèces nouvelles, et qui sont fécondes, contrairement à ce que croient l'opinion générale [...] Ce n'est pas au gré du hasard que nous faisons cela, nous savons au contraire par avance quelle espèce naîtra de tel ou tel mélange.<sup>704</sup>

L'univers Pokémon n'est ni un jeu contemplatif ni un jeu d'observation des espèces animales. L'univers Pokémon instaure une pratique combinant habilement le combat à l'exploration et

---

« Pokemon Go & DDoS : l'industrie du jeu vidéo dans le viseur des hackers », le 21.07.2016, sur [http://www.afjv.com/news/6550\\_pokemon-go-ddos-l-industrie-du-jeu-video-dans-le-viseur.htm](http://www.afjv.com/news/6550_pokemon-go-ddos-l-industrie-du-jeu-video-dans-le-viseur.htm).

<sup>703</sup> L'émission *Du grain à moudre*, « Pokémon, ils sont arrivés près de chez vous », Raphael Bourgois, Émilie Chaudet, France culture, le 22.07.2016, 44 min; L'émission *L'invité des matins d'été*, « Pokémon Go : réenchantement du réel », Olivia Gesbert, Benoit Bouscarel, France culture, le 05.08.2016, 20 min.

<sup>704</sup> Francis Bacon, *La nouvelle Atlantide*, Paris, (1627) 2000, p. 122-123.



la science (le Pokédex). Le plaisir des yeux et du son (le nom des Pokémon) ainsi que la rareté sont également des bases du jeu. Partir à leur recherche constitue un objectif ténu : en effet, alors que certains Pokémon sont rares, d'autres sont quasiment inaccessibles. Dès le premier épisode de l'Anime japonais, par l'apparition d'un Pokémon légendaire d'une grande rareté en toute fin d'épisode, cet attrait pour l'inaccessible est placé au cœur du scénario. Ensuite, une fois capturés et collectionnés, les Pokémon servent au combat. Ils y sont entraînés. Nous ne sommes donc pas confrontés à une activité de gestion d'une créature de type Tamagotchi. En rapport aux couleurs et formes, l'augmentation du nombre de créatures et l'évolution en trois phases donnent la possibilité de décliner un même personnage (du mignon au menaçant/ du sympathique au repoussant) et de créer une diversité de créatures. Quant aux croisements, en plus des combats intensifs et de la promiscuité physique des monstres dans la Pokéball, si les Pokémon ne meurent pas, on dénote l'existence d'œufs ! C'est en ce sens que la maîtrise de la nature dont parle Koichi Iwabuchi se rapproche de la maîtrise de la nature par la science imaginée par Francis Bacon. Avec *Pokémon Go*, la chasse aux sauvages s'est ouverte dans une réalité dite augmentée. Avec la licence ludique Pokémon, un espace virtuel, ludique et social d'expérimentation de la maîtrise de l'humain sur des créatures dont la superficie couvre une échelle internationale. Que les plantes et animaux Pokémon se cachent bien. La cueillette et la chasse sont partagées par les foules ! Le projet de Bacon a eu de lourdes répercussions sur notre action sur les animaux.

Ce programme de « maison de Salomon » propose bien autre chose qu'un projet d'élevage, d'expérience et d'utilisation des animaux pour le plus grand bien être de l'homme. Dans cette exhibition fanfaronne, c'est une volonté de puissance démesurée, libérée de tout souci de prudence et de limitation, qui se révèle.<sup>705</sup>

---

<sup>705</sup> Élisabeth de Fontenay, *Le silence des bêtes*, Paris, 1998, p. 317.

### III. Nintendo : l'internationalisation d'une culture « Made in Japan »

C'est alors que le grand méchant loup se souvint opportunément que depuis de longues années il aiguisait l'appétit d'une grouillante tribu de singes, ses alliés, qui peuplaient les îles aux antipodes de notre pays. Ce peuple de Singes petits et jaunes, aussi laids que vaniteux, avait l'ambition de dominer l'autre moitié du monde et pour cela, singeait littéralement les méthodes des Barbares, accumulant le matériel guerrier et se préparant manifestement à une attaque de grand style.<sup>706</sup>

Il semble que la mode soit aux animaux. En veut-on des signes ? Quelques-uns pris au hasard, s'inscrivent dans le monde comme il va, c'est-à-dire comme il ne va pas si bien. Des femmes, en deux lieux éloignés, mais en des temps assez proches se sont fait assassiner parce qu'elles veillaient haut et fort sur la vie et la dignité des bêtes, ici des animaux d'abattoir, là des gorilles [...] Des citadins - au Japon même ! - repeuplent leur existence de foule solitaire avec des animaux qu'on dit de compagnie, et dont nul n'aurait pu s'attendre à trouver les espèces saugrenues dans une ville, une maison, un jardin ! [...], aujourd'hui la publicité multiplie les animaux, à tort et à travers, pour éveiller le désir et la demande de consommateurs anesthésiés par la profusion sérielle des marchandises.<sup>707</sup>

#### 1. Le « péril culturel jaune » : manga, anime et jeux vidéo

L'évolution de Nintendo, en plus de marquer le passage de la production de jouets à celle du jeu électronique et jeu vidéo, nous transporte en direction du pays du monde qui symboliserait le devenir de nos sociétés : le Japon. Ainsi, face à Nintendo et en rapport aux chapitres de notre recherche, nous pourrions affirmer que le Japon représente la dernière grande menace culturelle. Succombant déjà aux attaques des États-Unis menées par les ours (le Teddy Bear), une souris et un canard (Mickey Mouse et Donald Duck), les chiens et les chats (Rintintin, Lassie, Garfield, les compagnons de Barbie et Polly Pocket), aux attaques parallèles de nos voisins européens regroupés en une alliance entre la Belgique (Milou, Boule et Bill, Devil chien-loup), l'Allemagne (les figurines Schleich, les peluches Steiff, les Playmobil), l'Italie (les bestiaires des vignettes autocollantes Panini) et le Danemark (les Lego), la France doit

---

<sup>706</sup> *La bête est morte. La guerre mondiale chez les animaux*, Paris, (1944-1945) 2010.

<sup>707</sup> Premières lignes de la préface d'Élisabeth de Fontenay dans Florence Burgat, *Animal, mon prochain*, Paris, 1997, p. 9.

désormais lutter contre le Japon dont l'arsenal est tout sauf un jeu d'enfant : jouets, Anime, Manga et jeux vidéo. L'invasion culturelle de la France par le Japon est telle qu'elle a mis en alerte une partie de la bande dessinée franco-belge établie tels que l'auteur Moebius ainsi que nos irréductibles Gaulois :

Paru lui aussi en 2005, le trente-troisième album des aventures d'Astérix, *Le ciel lui tombe sur la tête*, voit Albert Uderzo exprimer une position similaire dans un récit à charge particulièrement caricatural - confrontant les célèbres Gaulois à deux peuples extraterrestres. Si les premiers, plutôt bienveillants, viennent de la planète Tadsylwine (anagramme de « Walt Disney »), le portrait qui est fait des Nagmas venant de la planète Gnama (les deux mots étant des anagrammes de « manga ») est beaucoup moins flatteur : « Les Nagmas sont envieux et vindicatifs ! Ils nous copient, mais ils sont moins avancés que nous sur les connaissances scientifiques ».<sup>708</sup>

A priori, nous aurions pu penser que les représentations négatives de bandes dessinées européennes délivrées par l'Osamu Tezuka belge dans *Le Lotus bleu* (1946) ou bien dans *La bête est morte*, *La guerre mondiale chez les animaux* parue en France en 1944 et 1945 aux éditions GP étaient dépassées. Or, c'est ce qu'Albert Uderzo affirme, bien que les Japonais ne soient plus assimilés à des singes - exceptés peut-être l'icône *Donkey Kong* et les laboratoires japonais de primatologie de renom -, au regard des critiques portées sur l'animation japonaise et sa bande dessinée, le premier constat à établir est que « le péril jaune » n'a pas tout à fait disparu de nos esprits. En bref, le succès foudroyant du manga inquiète. En effet, alors que la première traduction intégrale en français ne date que de 1990 - il s'agit du manga post-apocalyptique de renommée mondiale *Akira* de Katsuhiro Ôtomo -, en 2008, « année qui a marqué son apogée en France en termes de vente, il s'en est vendu 15,1 millions d'exemplaires, soit 37% des ventes totales de bandes dessinées en volume ».<sup>709</sup> En moins de vingt ans seulement, la bande dessinée japonaise a donc réussi l'exploit de conquérir la Gaule. Pour contredire Albert Uderzo, nous pourrions dire que ce n'est pas le ciel qui est tout à coup tombé sur la tête des Gaulois mais davantage le soleil levant ! Derrière cette inquiétude liée à ce succès unique dans la rapidité et l'intensité, il est intéressant de repérer les mécanismes à l'œuvre dans la manière dont le manga est introduit et perçu en France puisqu'ils explicitent la façon ambivalente dont notre propre culture refaçonne ce qu'est le manga au Japon pour

---

<sup>708</sup> Xavier Guibert, « manga », dictionnaire esthétique et thématique de la bande dessinée, Neuvièmeart 2.0, <http://neuviemeart.citebd.org/spip.php?article783>, p.6.

<sup>709</sup> Jean-Marie Bouissou, *Manga. Histoire et univers de la bande dessinée japonaise*, Arles, 2014, p. 17.

mieux se l'approprier.<sup>710</sup> Quant à l'autre aspect que souligne la réaction pleine d'animosité de René Uderzo, il s'explique par son rattachement au contexte plus général et persistant du sentiment de colonisation culturelle. La jeunesse de France possède un nouvel adversaire de taille, et ce, pour son plus grand plaisir ! La vague de la pop culture japonaise épouserait-elle métaphoriquement la forme de la vague d'Hokusai ?

La conjonction de l'arrivée dans les programmes de télévision de dessins animés japonais, le triomphe fulgurant du manga co-exploité par le succès des dessins animés éponymes retransmis à la télévision dans les programmes jeunesse et enfin l'essor fulgurant des jeux électroniques et jeux vidéo ont constitué une véritable déferlante de contenus japonais, ce qui peut expliquer le sentiment d'« invasion ». En l'espace de deux décennies seulement, la version américanisée du Père Noël s'est vu suppléée par des elfes japonais très efficaces si bien que les cadeaux déposés sous les sapins de Noël - une tradition qui nous vient d'Allemagne - se sont « japonisés » à leur tour : un *Game & Watch*, une console Nintendo ou SEGA, une figurine, un robot combinable, un manga *Dragon Ball*, etc. Et que penser de la plus récente déferlante mondiale des Pokémon ?

Entre son lancement en 1996 et décembre 2006, le jeu de console des *Pokemon* s'est vendu à 150 millions d'exemplaires, dont 22 à l'exportation ; les cartes se sont vendues à 14 milliards d'exemplaires ; les séries animées ont été diffusées dans 51 pays et le premier film dans 70, rapportant 176 millions au total ; sans compter 12000 produits dérivés, dont 8000 ont été commercialisés hors du Japon. Au total, le chiffre d'affaires des Pokémon depuis leur création aurait atteint 152 milliards d'euros en 2005.<sup>711</sup>

Ce triomphe de la culture populaire japonaise a remodelé les représentations que nous portons sur le Japon. Bien que nous continuions d'osciller entre la répulsion, la méconnaissance et la fascination pour ce pays, les jeux vidéo, l'Anime et le manga modifient quelque peu nos imaginaires et nos pratiques culturelles. Désormais, la superpuissance du Japon ne repose plus uniquement sur la technologie matérielle mais également sur des contenus, c'est-à-dire des univers et des histoires auxquels les populations du globe accèdent de plus en plus aisément, via les mass media. Ainsi, de premier exportateur mondial en audio-visuel (hardware), le Japon est en passe de se réinventer en devenant l'un des premiers exportateurs mondiaux en culture et civilisation (software). Loin des Geishas, Kamikazes, samouraïs et *Salary men* en costume, les cultures des jeunes du monde associent maintenant le Japon aux univers de sa

---

<sup>710</sup> Xavier Guilbert, « Le manga et son histoire vus de France : entre idées reçues et approximations », *Comicalités : Etudes de culture visuelle 2012* [<http://comicalites.revues.org/733>], 2012.

<sup>711</sup> Koichi Iwabuchi, « Au-delà du « cool Japan », la globalisation culturelle... », dans *Critique internationale*, n° 38, 2008, p. 37-53, ici p. 40.

culture populaire : Goldorak, Pikachu, Sailor Moon, Dragon Ball, Hello Kitty, Totoro et Super Mario symbolisent bien plus notre nouveau Japon.

Ce changement, de par son ampleur et son originalité, est à interroger : comment comprendre en effet que ce pays anéanti après la lourde défaite de la Seconde Guerre Mondiale détient une culture dont les jeunesse des populations du monde du XXI<sup>e</sup> siècle raffolent ? Que peut-il se cacher derrière ce renversement d'image et ce tsunami de l'imaginaire ? Pour y répondre, les travaux de chercheurs spécialistes du Japon ont été consultés, particulièrement ceux de Koichi Iwabuchi, (Japon), Anne Alison (États-Unis) et Jean-Marie Bouissou (France).

Professeur enseignant les medias et les *Cultural Studies* à l'université Waseda (Tokyo), Koichi Iwabuchi, parce qu'il se focalise sur les réseaux transnationaux et la globalisation culturelle, se distancie de l'approche réductrice qui se limite au simple échange entre le Japon et l'Occident. Car l'exportation de contenus japonais concerne avant tout l'Asie orientale (Corée du sud, Taïwan, Hong-Kong), à l'émergence du Japon au niveau international, il est plus précisément question de ce qu'il qualifie de « culture asiatique de masse ». Derrière le Japon sur lequel, par commodité nous nous concentrons, c'est bien plus l'apparition d'acteurs non occidentaux sur la scène internationale culturelle qui marque l'avènement du pôle culturel est-asiatique. L'écho transnational que rencontre le cinéma Bollywood originaire d'Inde en témoigne. Ainsi, puisque notre recherche sur la virtualité du chien de compagnie ne se consacre pas à cette zone culturelle asiatique, il est nécessaire de signaler que ces « modèles canins » en provenance du Japon circulent en dehors de l'Europe et de l'Amérique via l'exportation de jeux vidéo, d'Anime et manga. Cette circulation hors Occident nécessiterait un examen afin de repérer les évolutions de l'histoire des chiens en Asie, plus précisément des effets qu'elle engage sur les animaux vivants. L'autre mouvement est que parallèlement, les représentations humaines des chiens à l'œuvre au sein de cette culture asiatique de masse du chien sont à leur tour influencées par l'évolution de représentations et d'actions sur les chiens réels dans ces sociétés. De la même manière, en relevant que cette expansion culturelle du Japon dans les zones non asiatiques transite par les États-Unis, les Pokémon japonais sont appréhendés par Koichi Iwabuchi comme un exemple type du processus d'« américanisation de la japonisation »<sup>712</sup>, – l'auteur insiste sur le fait que l'émergence nippone n'équivaut en rien à un déclin du poids des États-Unis dans les échanges mondiaux mais à son renforcement.

---

<sup>712</sup> *Id.*, 2013 .

Dans ce processus d'alliances transfrontalières où s'affirment les acteurs japonais et non occidentaux, les États-Unis jouent encore le rôle central. La diffusion mondiale de la japanimation et des jeux *made in Japan* ou le rachat par des firmes japonaises de certains studios d'Hollywood peuvent donner l'impression d'une diminution relative de l'hégémonie culturelle américaine. En réalité, cela montre que la domination globale exercée par des conglomérats transnationaux centrés sur les États-Unis et d'autres pays se renforce. L'achat de Columbia Pictures par Sony en 1989 a illustré spectaculairement l'entrée du Japon dans le secteur des industries du contenu de divertissement à l'échelle mondiale, mais il montrait aussi que, pour ce faire, les Japonais devaient s'intégrer au centre américain et à ses réseaux de distribution.<sup>713</sup>

Dans un contexte de nationalisme soft ou « soft power » qui est apparu au Japon dans les années 1990 suite au succès de la diffusion de sa culture hors de l'archipel, le rôle central des États-Unis, que ce soit dans l'influence qu'opère son imaginaire artistique sur les créations japonaises ou dans son rôle de distributeur, témoigne de la complexité et de la circulation des imaginaires globaux destinés à la jeunesse. À ce titre, Il est essentiel de savoir qu'au Japon, le succès de cette culture populaire en dehors de l'archipel a modifié le regard interne porté sur la culture : les intérêts politiques et économiques portés l'instrumentalisent. La conséquence est que cette culture populaire sert d'étendard de la nation. En 2002, afin de soutenir au mieux l'application des nouvelles lois sur les industries de contenu, un bureau d'une quarantaine de personnes fut créée au sein du ministère de l'Économie et du Commerce extérieur. Parallèlement, le ministère des Affaires étrangères qui promeut le manga, finance la recherche universitaire qui l'étudie via le Japan foundation.<sup>714</sup> Ayant compris les bénéfices à tirer de l'engouement mondial, le Japon calibre désormais la culture qu'elle exporte. Après la surprise des premiers temps des Japonais suite à l'intérêt suscité dans le monde, la politique d'exportation a réajusté sa position :

D'après un récent sondage international, le Japon était le pays dont l'influence dans le monde était jugée la plus positive (dans 31 pays sur 33). Les autorités japonaises ont pris conscience des potentialités qu'offre cette conjoncture. Le développement des « industries de contenu » comme pilier de la nouvelle économie qui émerge après les années de crise est devenu une priorité politique.<sup>715</sup>

L'enthousiasme mondial pour les jeux vidéo, le manga et l'animation a eu pour conséquence directe de placer ces succès au centre des intérêts de la nation. Mais qu'en est-il de l'intérieur

---

<sup>713</sup> *Id.*, 2008, p. 47

<sup>714</sup> Jean-Marie Bouissou, « Pourquoi aimons-nous le manga ? », dans *Critique internationale*, n° 38, 2008, p. 9–18.

<sup>715</sup> *Id.*, « Pourquoi aimons-nous le manga ? Une approche économique du nouveau soft power japonais », dans *Cités*, n° 27, 2006, p. 71–84, ici p. 83-84.

de l'archipel ? Ce nouveau siècle n'est plus destiné aux autodafés de mangas qu'a connu Osamu Tezuka (1928-1989) dans sa scolarité. Alors que ces dessins et croquis d'écolier étaient brûlés, ces traits d'artiste prennent aujourd'hui place dans les vitrines d'un musée qui lui est entièrement consacré ! La persévérance de cet écolier artiste et manipulateur d'insectes durant sa jeunesse, aura eu raison du sacrifice au « Fahrenheit 451 ». <sup>716</sup> Osamu Tezuka dont l'œuvre est d'une ampleur quantitative inégalée - quelques 150 000 pages recueillies en 480 volumes - ne s'explique pourtant pas selon lui par la détention d'un génie artistique. « Selon moi, il suffit de savoir dessiner des cercles pour réaliser des mangas. Walt Disney suivait le même principe [...] les mangas sont des griffonnages. Ce sont des « symboles » du même ordre que les lettres de l'alphabet ou que les caractères japonais ». <sup>717</sup> C'est donc l'alliance entre l'influence américaine et les symboles avec lesquels les Japonais disent le monde qui permettrait au Japon la pleine expressivité de sa bande dessinée.

Dans le Japon de la seconde moitié du XXe siècle et du XXIe siècle, le manga constitue un pilier de sa culture, que celle-ci soit reconnue ou non, mais son acceptation ne date que de l'après-guerre. Il dépasse de loin le rôle de simple vitrine ou indicateur des transformations en cours de la société puisqu'il participe à sa transformation, que ce soit au niveau professionnel ou amateur. À elle seule, l'offre littéraire actuelle rend compte de l'hégémonie de la bande dessinée au Japon. « Sur le milliard et demi d'exemplaires d'ouvrages en tous genres imprimés chaque année, plus de la moitié sont des mangas. Le marché intérieur de cette forme narrative, livres et magazines confondus, représente annuellement 500 milliards de yen (3,2 milliards d'euros) ». <sup>718</sup> Contrairement aux irréductibles Gaulois, la véhémence du capitaine Haddock en personne n'oserait pas qualifier les Japonais de lecteurs d'eau douce !

Au sein de cette somme de manga à disposition à la location ou à la vente qui cible au plus près ses publics - c'est la forte segmentation de l'offre - en plus d'influencer l'animation, le cinéma et le jeu vidéo destinés aux enfants et adolescents, existe le manga dit « informatif » destiné aux adultes. Ils traitent d'agriculture, de gastronomie, de finances, du travail, de la vie de famille, de politique, de géopolitique, d'amour, etc. <sup>719</sup> Le manga est transversal, se trouve partout et s'affiche ostensiblement dans l'espace urbain. Il est exploité à une cadence soutenue incomparable à ce que connaît l'Europe. Il s'agit d'une industrie surpuissante dans laquelle le lecteur ou la lectrice, loin d'être passif et simple victime du système productif est

---

<sup>716</sup> *Bang ! Manga nouvelle vague*, N°9. Paris, Casterman, novembre 2005, p.4-27.

<sup>717</sup> *Bang ! Manga nouvelle vague*, N°9. Paris, Casterman, novembre 2005, p.8.

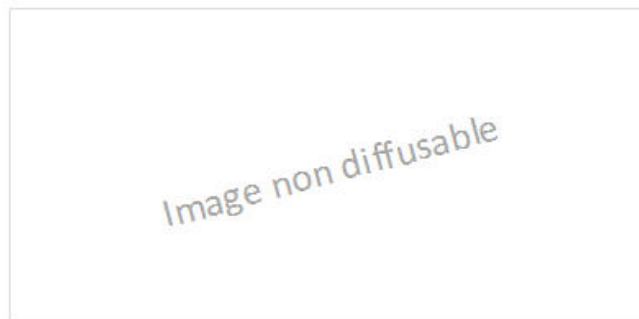
<sup>718</sup> Karyn Poupée, *Les Japonais*, Paris, 2008, p. 471.

<sup>719</sup> Bouissou, 2014, p. 335-359.

inséré au prolongement ou non d'une histoire : sans approbation du lecteur, une série est rapidement annulée. La pression qui pèse sur les créateurs et créatrices est impitoyable. Le manga possède son dieu Osamu Tezuka... et ses nombreux dieux déçus.

Dégagée d'une position ethnocentriste, l'histoire érudite du manga au Japon nous renseigne sur sa luxuriance méconnue : la qualité exubérante de ses imaginaires étonne par son spectre et son intensité. C'est véritablement en contes de fées modernes des XXe et XXIe siècles que les mangas et Anime doivent être appréhendés. Le ralliement d'une jeunesse mondiale à ses univers s'explique de surcroît par la qualité de cette culture, et non par sa médiocrité comme cela pouvait être défendu auparavant. Le perfectionnement de ses arts (le rouleau peint, l'estampe, le kabuki, le théâtre en images, la calligraphie) et les transformations sociales (industrialisation, militarisation, urbanisation, destruction de la nature, féminisation, etc.) qui ont accéléré certains processus endogènes à la société et en ont créés des inédits<sup>720</sup> – ont fourni un terreau favorable au manga sur le fond et la forme. Cet art industriel d'une redoutable efficacité, nourrit à son tour la culture. Les jeux vidéo sont imprégnés de la culture du manga et de la « japanimation » :

Illustration 28



Le jeu vidéo *Dragon Ball Z* sur Super Nintendo (1993)

---

<sup>720</sup> Jean-François Sabouret (éd.), *La dynamique du Japon. De 1854 à nos jours*, Paris, 2005.



Car le Japon constitue avec la France, l'autre grand pays de la gastronomie, nous pourrions dire que cette culture populaire se mange à toutes les sauces : robot, machine, loup-garou, samouraï, pirate, écolière, écrivain, chat robot, chat de compagnie, footballeur, femme au foyer, policier, vampire, fantôme, cuisinier, rescapé du bombardement d'Hiroshima, ninja, yakusa, tueur à gages, déesse antique, flâneur, soldat, pervers, extra-terrestre, titan, vagabond, employé de bureau, créatures surnaturelles du folklore japonais, dresseur Pokémon, lolita, joueur de cartes, elfe, magicienne, hérisson, détective, personnage historique, sorcière, génie de l'informatique, chanteuse, chevaliers, enfant terrible, créature transgenre, entité artificielle intelligente, etc.

Après la défaite de la guerre, c'est aussi par le manga que le Japon a reconstruit sa jeunesse, ses pratiques sociales et son imaginaire. Aujourd'hui, c'est celles des cultures d'autres régions du monde qu'il atteint, fidèle à notre représentation de sa nation : dynamique, frénétique, moderne, efficace, fascinante et incomprise. Les raisons du succès du manga et de l'Anime dans l'archipel et dans le monde constituent un terrain de recherche conséquent pour le chercheur en sciences sociales : qu'elle que soit la discipline adoptée (histoire, économie, anthropologie), que l'attention soit portée sur la structure économique, sur les fondements anthropologiques ou psychanalytiques de l'universalisme du manga à notre époque ou qu'elle s'insère dans une optique plus ethnologique par le regard porté sur les mécanismes de réagencement des imaginaires non japonais dans la construction de leur imaginaire au sein du manga, de l'Anime et des jeux vidéo, la diffusion mondiale des contenus japonais fait l'objet de recherche scientifique.<sup>721</sup> Cet attrait se trouve renforcé par l'entremêlement inextricable entre le support papier du manga et l'audiovisuel de la « janimation » (Anime).

- Quelle est d'après vous la particularité des dessins animés japonais ?

- 60% des dessins animés japonais sont tirés d'un manga. Il n'est donc pas exagéré d'insister sur leur importance, aussi bien sur le plan de la qualité que sur celui de la quantité. Prenons l'exemple d'un manga publié dans une revue hebdomadaire spécialisée. L'histoire court sur dix-huit à vingt pages dans chaque numéro, et la dernière page doit inciter le lecteur à se procurer le numéro suivant pour lire la suite. Ce manga va ensuite devenir un dessin animé, [...] Pour réaliser un dessin animé à partir d'un manga, on utilise le dessin de base et le *Story-board* de celui-ci. Ainsi on gagne du temps et l'on obtient une œuvre de meilleure qualité, la reproduction des personnages étant ainsi fidèles. Pendant que les lecteurs suivent le manga, on se procure les licences des fabricants de jouets, afin de pouvoir mettre en

---

<sup>721</sup> Bouissou, 2006 ; Frédéric Vincent, « La structure initiatique du manga. Une esquisse anthropologique du héros », dans *Sociétés*, n° 106, 2009, p. 57–64 ; Xavier Hébert, « Tezuka Osamu (1928-1989), esprit novateur du manga », dans *Ebisu*, n° 27, 2001, p. 139–151 ; Romain Chappuis, « La japonité selon Jeanne d'Arc. Mythes et récits occidentaux dans le manga et l'animé », dans *Critique internationale*, n° 38, 2008, p. 55–72.

vente les produits dérivés dès le début de la diffusion du dessin animé. Les relations entre les mangas et les dessins animés sont une grande particularité de la production japonaise.<sup>722</sup>

Nous l'avons vu dans notre chapitre consacré au dessin animé, avant d'être « détournées » par les consoles de jeu japonaises de Nintendo, SEGA et Sony, les télévisions françaises furent investies par les dessins animés japonais à bas coût financier ainsi que les séries populaires *Sentai* avec acteurs réels combinant les arts martiaux aux robots (ex : Bioman, X-Or, Power Rangers). Car nous avons déjà introduit l'animation japonaise dans une partie précédente, nous ne précisons que quelques points supplémentaires tirés du panorama de Brigitte Koyama-Richard sur l'animation japonaise. Nous notons que dans cet ouvrage, qui lui-même s'inscrit dans les publications de l'auteure,<sup>723</sup> par la large place donnée aux illustrations, constitue une introduction visuelle idéale. Pour en écrire l'histoire, la priorité donnée à l'image par l'auteure possède l'avantage de rendre l'image constitutive du discours que l'on porte sur elle et non de l'exclure. Quant à l'orientation historique, en optant pour la continuité, l'auteure insiste sur l'ancienneté de styles et de genres de l'animation. Le but premier serait-il d'opérer la légitimation d'une culture illégitime dans nos sociétés ?

Ce positionnement historique qui n'est en rien anodin se retrouve aussi bien au sein de musées - c'est le cas de l'exposition *Hokusai X Manga* qui s'est tenue au MKG de Hambourg<sup>724</sup> -, dans les documentaires audiovisuels professionnels et amateurs dédiés à la culture populaire, que dans les travaux auxquels nous nous référons explicitement. Cette orientation, excepté les oublis d'auteurs volontairement distraits qui ne mentionnent pas ou trop succinctement les genres fondamentaux déroutants comme la violence, l'épouvante ou la pornographie, permet néanmoins de situer les étapes de son évolution et la richesse de l'offre graphico-narrative.

L'histoire de l'animation au Japon, pas entièrement fermée pendant l'ère Edo (1603-1867) est le résultat de plusieurs siècles d'emprunts culturels scientifiques. En effet, par l'acquisition des nouveaux savoirs des Hollandais, Coréens et Chinois durant cette période, le Japon a profité de l'art et des sciences chinois qui avaient eux-mêmes été fortement influencés par les apports européens, notamment ceux des Jésuites à qui la Chine avait ouvert ses portes au XVI<sup>e</sup> siècle. Omniprésents dans la culture japonaise dite « culture pop », les automates

---

<sup>722</sup> Brigitte Koyama-Richard, *L'animation japonaise. Du rouleau peint aux Pokémon*, Paris, 2010, p. 177.

<sup>723</sup> Citons *La magie des estampes japonaises*, Paris, Hermann, 2003 ; *Kodome-e, l'estampe japonaise et l'univers des enfants*, Paris, Hermann, 2004 ; *Mille ans de manga*, Paris, Flammarion, 2007.

<sup>724</sup> L'exposition *Hokusai X Manga* au MKG de Hambourg (Allemagne), du 10.06.2016 au 11.09.2016, visitée à deux reprises en août 2016. Le site officiel est <http://hokusaixmanga.mkg-hamburg.de/>.

japonais s'inspirent d'inventions chinoises et européennes. La conclusion à tirer du maintien des échanges de savoirs entre l'Asie et l'Occident est que la réouverture du Japon au monde et la restructuration du pays sous l'influence des États-Unis un siècle plus tard ont certes accéléré les échanges mais ne les ont pas créés. Cette capacité de réappropriation des cultures extérieures ne s'est pas constituée avec la soumission du Japon suite à la défaite de 1945. Les lanternes magiques sont devenues des lanternes magiques japonaises au début du XIXe siècle, les Utsushi-e, et un siècle plus tard, parallèlement au vieux continent et aux États-Unis, la prochaine étape dans l'art de l'illusion du mouvement sera l'arrivée du cinématographe au Japon en 1896 qui donna très rapidement naissance à l'animation japonaise moderne. Après l'importation de dessins animés provenant de France, de Grande-Bretagne et des États-Unis, les premiers dessins animés virent le jour et là encore, les influences étrangères auront été fécondes puisque le seul point commun des trois pionniers de l'animation japonaise est la peinture dite « à l'occidentale ». Cette séparation apparue au Japon à la fin du XIXe siècle distingue le « nihonga » (peinture japonaise) pour lequel on utilise des pigments naturels dilués appliqués sur de la soie ou du papier japonais, du « Yogâ » (peinture occidentale) pour lequel on emploie des supports et pigments dits occidentaux. Le premier pionnier est un caricaturiste. Il s'agit de Shimokawa Ôten ou Hekoten (1892-1973), disciple du peintre et mangaka Kitazawa Rakuten (1876- 1955). Il vient donc de la caricature - il a travaillé dans les revues *Tokyo Puck* et *Rakuten Puck* créés par son maître - et a également publié des bandes dessinées. Le deuxième pionnier est l'aquarelliste Kitayama Seitarô (1888-1945) et enfin le troisième pionnier, Kôuchi Sumikazu (1886-1970), formé à la peinture, provient lui aussi de la caricature et de la bande dessinée. Ce constat ne vise pas la discréditation des spécificités de la « janimation ». Elle projette de la situer dans son véritable écosystème. L'illusion du mouvement qu'elle projette sur les écrans est le résultat du mouvement concret du contact des cultures. La « janimation » est à l'image de la géographie du Japon : un vieil archipel sur lequel les séismes sont fréquents.

Aujourd'hui, après tout juste un siècle d'existence - le premier dessin animé japonais fut projeté publiquement en 1917 -, au regard de l'ancienneté de l'animation, du succès dont les maisons de production témoignent (Toei Animation, le studio Otogi, TMS Entertainment, Production I.G, Madhouse) ainsi que l'exportation vers l'Asie, l'Amérique du Nord, la Russie et l'Europe, le fait qui s'impose à nous est que le savoir-faire de l'animation japonaise se définit comme la ligne à suivre du XXIe siècle.

Désormais, les longs-métrages d'animation américains puisent leur inspiration au moins autant dans l'Extrême-Orient que dans leur propre patrimoine. Une partie des jeunes adultes actuels ont passé leur enfance à s'imaginer en héros de séries animées japonaises. Les mangas sont devenus leur espéranto, le langage universel d'une armée internationale forte de millions de spectateurs. En Europe, la jeune génération s'est vite reconnue dans ces contes cruels et superbes. La japonisation de l'industrie occidentale du divertissement est désormais un fait.<sup>725</sup>

Ayant compris ce potentiel marchand de séduction, un nouvel ambassadeur du Japon est le chat robot du futur Doraemon. C'est très officiellement que lui fut remise une lettre du ministre des Affaires étrangères le 19 mars 2008. Le contenu de sa mission était le suivant : « Doraemon, à travers la présentation de l'animation japonaise, je vous demande d'œuvrer pour approfondir la connaissance de la culture et de la société japonaises dans le monde afin qu'augmente le nombre d'amis du Japon ». La réponse de l'acteur déguisé en Doraemon - il prête sa voix au personnage dans le dessin animé - fut solennelle : « Je vais faire de mon mieux pour expliquer aux étrangers ce que pensent les Japonais, comment ils vivent et de quelle façon ils envisagent l'avenir ».<sup>726</sup> Comment expliquer que la France qui représente le deuxième marché mondial du manga puisse s'inquiéter de la culture d'un pays ayant pour ambassadeur un sympathique chat du futur ?

#### Illustration 29



L'album de vignettes autocollantes Panini *Doraemon* (Espagne, 2004)

<sup>725</sup> « Pop Japan », *Courrier international*, Hors-série, Mars-avril-mai 2010, p.45-46.

<sup>726</sup> Poupée, 2008, p. 493-494.

## 2. L'animal serait-il le nouvel ambassadeur du Japon ?

Retrouverait-on dans cet acte une manifestation plus symbolique des cadeaux animaux de la diplomatie politique ? Il est remarquable que l'ambassadeur choisi par le Japon soit le chat populaire Doraemon et non un samouraï, un robot ou une écolière en uniforme scolaire. Le choix surprend puisque contrairement aux États-Unis où les animaux anthropomorphes et les princesses de Walt Disney ont été célébrés, les mangas, Anime et jeux vidéo japonais nous conduisent principalement à des histoires peuplées de robots, guerriers, adolescent(e)s et monstres. Excepté l'inquiétude provoquée par le phénomène du tamagotchi - un animal virtuel contenu dans un œuf créé par la firme japonaise Bandai, alors en difficulté financière -, les animaux ne se situent nullement au premier plan.

### 2.1. Le malaise de la culture post-moderne (japonaise)

Nos travaux s'inscriraient-ils dans ce malaise de la culture signalé par notre mode de l'animal de compagnie, notre « soumission » à la technologie et la culture du Japon, la prise de contrôle de nos esprits par les jeux vidéo ?<sup>727</sup> La solitude de notre existence et le rythme infernal de notre vie nous pousseraient-ils à consommer des chiens ? L'inquiétude de la philosophe Élisabeth de Fontenay est légèrement appuyée par le sociologue, anthropologue et historien des sciences Dominique Guillo :

Depuis les années 2000, ce pays connaît un véritable *pet-boom* : le nombre de chiens, qui est actuellement de 11 millions selon la Japan Pet Food Association, croît de 2,4% par an, alors que la population humaine peine à atteindre 0,1% d'augmentation annuelle. Depuis 2003, dans l'archipel, on compte plus d'animaux de compagnie que d'enfants de moins de quinze ans. Et les Japonais qui n'ont pas les moyens d'avoir un chien peuvent... en louer un sans difficulté. À Puppy The World, l'un des cent quinze magasins de location de chiens que compte Tokyo, pour 12 euros l'heure, on peut s'offrir la compagnie d'un ami à quatre pattes, généralement une race de petite taille, caniche ou chihuahua.<sup>728</sup>

---

<sup>727</sup> De nombreuses expositions sur le jeu vidéo possèdent un espace consacré à la diffusion d'archives vidéo du traitement médiatique de l'essor du jeu vidéo en France. Selon les expositions, l'emprise du jeu vidéo sur nous sera traitée sous l'angle historique (archives de l'INA) comme à l'exposition Game ou sociologique (entretien avec des chercheurs actuels).

<sup>728</sup> Dominique Guillo, *Des chiens et des humains*, Paris, 2009, p. 11.

En prenant comme point d'encrage le déséquilibre démographique de la société japonaise, en plus du coût financier non négligeable de la possession d'un animal, Dominique Guillo nous indique que l'engouement pour les animaux de compagnie, quoi que mondial, épouse une forme spécifique lié au contexte culturel des pays. Parangon de la modernité du monde, la société japonaise dont le déséquilibre démographique combine un taux de natalité très bas à une longévité très élevée, apparaît comme étant le pays de l'excès par excellence. L'avenir démographique de cette société vieillissante pose foncièrement question. Quels en sont les indicateurs et mécanismes ? Est-ce la chute importante du taux de mariage et du taux de fécondité ? L'« émancipation » féminine et la restructuration de la famille ?<sup>729</sup> L'omniprésence de la pornographie dans la culture populaire ? Le retranchement vers une sexualité individuelle qui peut devenir déviante avec l'acquisition d'une Lovedoll ou par l'attrance vers les personnages fictifs de mangas et jeux vidéo ? Les pistes de recherche sont nombreuses mais déjà se posent les bases d'une confrontation entre l'organique, le vivant avec le virtuel. Il a déjà été démontré que le développement du CD-Rom, tout comme celui de la cassette vidéo à ses débuts, était directement lié à son offre en contenus érotiques ou pornographiques et que l'offre de jeux vidéo assimilés, regroupés dans des salles spéciales des lieux de vente, visent une clientèle masculine multigénérationnelle bien établie.<sup>730</sup> La sexualité, dans son penchant virtuel masculin, ne constitue donc pas un épiphénomène dans la recherche et le rencontre de la femme idéale. Lorsque la poupée des adultes n'est pas digitale, la recherche de relation peut s'épanouir avec les poupées en kit des idoles féminines issues des mass médias (chanteuses, présentatrices, etc.). Du côté de la sexualité des femmes, comme l'histoire du manga et son offre le montrent, une évolution s'est également produite.<sup>731</sup> Quant à sa qualité émancipatoire, les avis divergent puisque la liberté d'expression et de création ne semble pas avoir abouti à une remise en cause profonde de la hiérarchie en vigueur. Pour résumer, nous remarquerons que le rapport à l'autre et les nouveaux visages de l'amour au Japon font l'objet de recherches scientifiques.<sup>732</sup> En ce qui concerne la sexualité plus commune, des pratiques de relation à distance dans l'espace d'internet se développent.<sup>733</sup> À ce propos, la France, fidèle à son honneur et réputation a été

---

<sup>729</sup> Muriel Jolivet, « Féminisme, travail et mariage », dans Jean-François Sabouret (éd.), *La dynamique du Japon. De 1854 à nos jours*, Paris, 2005, p. 357–377.

<sup>730</sup> Poupée, 2008, p. 399-408.

<sup>731</sup> Bouissou, 2014, p. 277-332

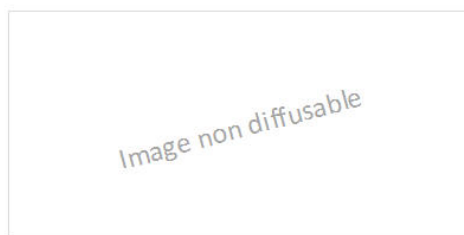
<sup>732</sup> Makiko Andro-Ueda et Jean-Michel Butel (éd.), *Histoires d'amour : quelques modalités de relation à l'autre au Japon. Actes du neuvième colloque de la Société française des études japonaises*, Arles, 2014

<sup>733</sup> Pascal Lardellier, « Le « cyber-onanisme ». Une sexualité technicisée et individualisée », dans *Hermès, La revue*, n° 69, 2014, p. 121–123 ; Johann Chateau-Canguilhem, « Corps et espaces cyberérotiques », dans *Hermès, La revue*, n° 69, 2014, p. 116–120.

l'un des premiers pays où s'est développé le sexe virtuel à l'instigation de l'actrice Brigitte Lahaie. Mais là encore, qu'il s'agisse de corps vivants en relation à distance ou bien de logiciels ludo-érotiques ou pornographiques, Internet s'inscrit dans la tradition des médias investis par le sexe : le livre, le téléphone, la bande dessinée, le film, la presse, la VHS, le minitel, le CD-Rom, etc. Comme le chantait Georges Brassens, la métaphore lexicale grivoise nous invite à reconnaître que « le temps ne fait rien à l'affaire, quand on est... ». Plus généralement, il a été montré que le lien entre nous et les créatures fictives, notamment dans le rapprochement sexuel, la thématisation et l'exploration de la sexualité, traverse la limite d'un art plutôt inattendu comme l'animation : la possibilité d'une union (amoureuse et sexualisante) entre une créature réelle et fictive se retrouve par exemple du côté de Donald Duck ou Roger Rabbit ! Plus généralement, les arts graphiques et audiovisuels de l'illusion soulèvent des questions indésirables pourtant fondamentales.<sup>734</sup>

Au Japon, cette tension ou fracture entre les deux sexes qui traverse la société où s'oppose la recherche d'un idéal et la pauvreté présumée de la réalité vécue, semble tourner à l'avantage du virtuel et de la robotique dont le marché est en expansion. C'est à croire que l'érotisme (fétichiste) des androïdes du célèbre clip vidéo réalisé par Chris Cunningham en 1995 pour la chanson *All is Full of love* de la chanteuse Björk a marqué une étape dans nos perceptions et représentations des robots.<sup>735</sup> La sexualité des (non)humains nous préoccupe.

### Illustration 30



---

<sup>734</sup> Jean-Baptiste Massuet, *Quand le dessin animé rencontre le cinéma en prises de vues réelles* [Modalités historiques, théoriques et esthétiques d'une scission-assimilation entre deux régimes de représentation], Thèse, 2013 ; Bastien Cheval, *Le cinéma d'animation et l'interrogation du réel* [Hybridations et enchevêtrements du domaine de l'humain et de l'image par image], Thèse, 2014.

<sup>735</sup> Heudin, 2009, p. 51.

Une capture d'image du clip vidéo *All is Full of love* (1995)

Plus récemment, dans la fiction audiovisuelle suédoise *Real Humans* nous le présente, dans un avenir très proche, tous les peuples des pays de la postmodernité se retrouveront séduits par les robots. À en croire le réalisateur Lars Lundström, les sources d'inspiration des Hubots de la série ne viennent pas de la science-fiction. Ici, c'est la fiction qui rattrape la réalité : « Je ne sais plus comment l'idée de la série m'est venue exactement, mais je crois que c'était en regardant une image des androïdes faits par les Japonais ». L'Ève et l'Adam futurs seront-ils donc des robots comme nous l'annoncent les évolutions des mœurs au Japon, en République populaire de Chine et dans les histoires de la télévision suédoise ? Notre sensibilité vis-à-vis des robots mute. La mise en place en 2007 en Corée du Sud d'une charte des droits des robots interdisant de les malmenier appuie irrémédiablement dans ce sens : elle se base sur une morale qui condamne non la souffrance occasionnée mais le plaisir d'en provoquer une.<sup>736</sup> Déjà, la maltraitance des robots n'est plus une question de la science-fiction ? Le meilleur ami de l'humain deviendra-t-il d'ici peu un robot sur lequel les mauvais traitements seront interdits ?

Pour en revenir aux animaux, car il est question pour nous des animaux de compagnie et de l'imbrication du réel avec l'irréel, il faut préciser qu'au Japon, la location ne se limite pas aux animaux puisqu'il est possible d'y louer un(e) petit(e) ami(e) par l'intermédiaire de services de location disponibles sur Internet<sup>737</sup>. La confrontation entre ce que vit et ressent l'animal et les représentations que nous en avons est source de malentendus dont les victimes directes sont les animaux. Elle aboutit à la mise en location d'animaux de compagnie et à la création de cafés chats dans lesquels les personnes vont se détendre par l'interaction avec des animaux qualifiés de libres et indépendants alors que leur enfermement forcé au sein de ces enseignes innocentes, leur castration et le contrôle absolu sur les animaux en confirment exactement le contraire !<sup>738</sup> Cette confrontation se concrétise aussi par la création de jouets électroniques, de simulation de vie virtuelle et de robots ludiques : le tamagotchi, les *Nintendogs* et les robots chiens *Aibo* de la firme Sony. Au Japon, l'explosion récente du marché de l'animal vivant de compagnie lié à celui des compagnons virtuels (tamagotchi) et robotiques (jouets robots), ne serait-il pas lui aussi la manifestation de la perte des affects ?<sup>739</sup> Serait-il plutôt l'indice d'un

---

<sup>736</sup> Bruno Icher « Real Humans, le cyber des mondes », Marie Lechner « Le robot aménagé » dans *Libération*, le 29 mars 2013.

<sup>737</sup> Le magazine d'informations *Enquête exclusive - Japon, le sexe et l'amour en crise*, 2016

<sup>738</sup> Le documentaire audiovisuel, *La voie du chat*, réalisé par Jérôme Jouvray, Arte /ZDF, 2009, 90 min.

<sup>739</sup> Christian Talin, *Anthropologie de l'animal de compagnie. L'animal, autre figure de l'animalité*, Paris, 2000, p. 117-118.



renouvellement d'un nouveau genre ? Si la société du Japon nous indique notre futur, quelle est la principale menace qui pèse sur nous ? La défaite irrémédiable du réel sur le virtuel et la robotique ?

Nous avons parlé des générations Nintendo, SEGA ou Pokémon, nous traiterons maintenant les générations japonaises des enfants du virtuel. Jeux vidéo, bandes dessinées, dessins animés, notre recherche fait définitivement référence aux « enfants du virtuel » et de la robotique :

Société postmoderne, riche malgré la crise, le Japon à l'orée de l'an 2000 se cherche sans trop savoir que proposer à sa jeunesse. Nés dans une société trop bien huilée pour supporter les conflits, objectivement sans raison de se plaindre étant donné l'affluence économique de leur pays, les jeunes Japonais ne savent comment exprimer leur insatisfaction, leur mal-être existentiel. Les Otaku symbolisent ce mal-être en s'enfermant dans ce monde virtuel, où ils sont enfin les héros. Phénomène uniquement japonais, auriez-vous tendance à penser ? Détrompez-vous ! Derrière les spécificités « locales » qui ont permis l'éclosion des premiers Otaku au Japon, leurs cousins américains, espagnols et français existent déjà.<sup>740</sup>

Le péril culturel japonais porterait-il le nom de ces nouvelles générations situées en dehors de la norme ? Alors que les termes de *Nerd* et *Geek* (sa version française) de plus en plus usités nous évoquent quelque chose, celui d'*Otaku* ne nous est pas encore familier : « Il désigne les personnes qui se passionnent pour une forme de sous-culture qui réunit la bande dessinée, les dessins animés, les jeux électroniques, l'ordinateur, la science-fiction, les effets spéciaux, les figurines, etc. ».<sup>741</sup> Différente des pendants occidentaux et beaucoup plus englobante que le manga qui est la « soupape de la société » et sa catharsis collective<sup>742</sup>, la contre-culture Otaku cristalliserait la quête de sens d'une société confrontée à ses blessures internes qu'un demi-siècle de capitalisme n'aurait pas entièrement cicatrisé. Rassemblant les objets sur lesquels notre recherche se focalise - de la bande dessinée aux jeux électroniques de poche - cette contre-culture émergente déstabiliserait les trois piliers sur lesquels le Japon moderne repose : l'étude, l'information et la consommation.

L'Otaku décontenance. En sa qualité d'expert proclamé, l'Otaku réinjecte le modèle social en vigueur dans une passion poussée à l'extrême jusqu'à s'isoler : la construction de maquette, le jeu vidéo, le fanzine, etc. L'Otaku fuit donc la société, mais pour ce faire, recombine ce qu'elle lui a inculqué c'est-à-dire l'étude, l'information et la consommation. Isolés de l'espace

---

<sup>740</sup> Étienne Barral, *Otaku. Les enfants du virtuel*, Paris, 2001, p. 23-24.

<sup>741</sup> Hiroki Azuma, *Génération Otaku. Les enfants de la postmodernité*, Paris, 2001, p. 9-10.

<sup>742</sup> L'expression « soupape de la société » est empruntée à Karyn Poupée dans le documentaire *Mang'attitude*, Tristant Dessert, 2013, 53 min visionné sur <https://www.youtube.com/watch?v=XzXFPkg-lEA>.

public et positionnés dans un monde structuré par le multimédia et les mass médias, les Otaku incarnent l'émergence de l'*homo Virtuens* pour lequel la réalité fictive a pris l'ascendant sur la vie sociale « réelle ». Désarmés face aux pressions sociales insoutenables opérées par la famille, le système éducatif, le monde du travail et suite à un modèle économique dépourvu d'horizon, les Otaku optent pour une vie parallèle en toute discrétion : ce rapport décomplexé aux machines et robots, médias et créatures imaginaires et virtuelles, contrebalancé par leur inadaptation sociale, n'est pas sans rapport à l'orientation d'ensemble de la société japonaise. Cette difficulté d'intégration, fait un affront direct à l'expression idiomatique japonaise relevé par Étienne Barral : « Le clou qui dépasse doit être martelé jusqu'à ce qu'il rentre dans le rang ». Apparu dans les années 1960, cette culture qui s'est progressivement constituée devient centrale au XXI<sup>e</sup> siècle : elle façonne le Japon de l'intérieur, l'exporte à l'étranger via les dessins animés, les mangas, les jeux vidéo, le Cosplay (costum play) et alimente en retour le soft power japonais ! Le phénomène des Otaku a fait couler beaucoup d'encre au sens propre comme au figuré. Il est chronologiquement confluent à l'ère de la postmodernité et potentiellement représentatif de son développement à l'échelle de la planète. Le phénomène Otaku s'est entre-temps transformé en un imaginaire porteur quelque peu rattrapé dès lors par l'exploitation commerciale de leur contre-culture. Le problème de la sexualité au Japon est bien représenté par les Otaku. L'analyse de l'imaginaire Otaku à travers celle de l'Anime « cyber marionnette J » diffusée au Japon en 1995 et 1996 est à ce titre éloquente.<sup>743</sup> Cette contre-culture qui se déploie à travers le Japon et progressivement dans le monde implique l'exportation de représentations des animaux. Elle implique une « japonisation » de l'animal qui nous renvoie à un développement que nos parties précédentes (la presse, l'album Panini, le jouet) avaient déjà signalé : c'est l'esthétique kawaii.

---

<sup>743</sup> *Id.*, 2001, p. 38-45.

## 2.2. Le Kawaii japonais : oh, qu'il est mignon !

Après la défaite de l'idéologie militaire, ce sont de mignons animaux réconfortants issus de l'imagination qu'utilise l'armée culturelle du Japon dans sa politique de reconquête. Suite à la déconvenue militariste instituée par les hommes au pouvoir qui a mené le pays à sa destruction et son démembrement, la voix du Japon est aujourd'hui celle de Doraemon, de Kitty-chan dit Hello Kitty et des Pokémon. Le Japon se confondrait-il dès lors avec ses charmants ambassadeurs ? Ces créatures leur servent-ils de masques ? Se cacheraient-ils derrière ses créatures attachantes ? « Un peu à la manière du Japon lui-même qui essaie de devenir une nouvelle superpuissance dans le marché mondial pour l'enfant, Pikachu est très mignon, mais aussi parfois coriace et acharné. Il reste sur les épaules de Sacha comme un très jeune enfant mais sous cette façade se cache un guerrier accompli ». Contrairement aux robots guerriers, monstres et créatures mécaniques d'univers post-apocalyptiques, les personnages Kawaii nous apparaissent comme inoffensifs, bienveillants et amicaux. Le choix de Pikachu comme Pokémon central de la série animée et la fabrication d'objets dérivés (peluche, porte-clés, vêtement, matériel scolaire, etc.) reflète la priorité donnée au mignon dans la constitution de l'univers transmedia. En effet, alors qu'il n'était qu'un Pokémon parmi les 151 Pokémon du jeu vidéo, c'est lui qui fut choisi comme figure centrale de l'univers Pokémon afin de créer non une identification au personnage mais une relation d'attachement.

Pour créer cette relation, le personnage doit « sortir de son écran » afin de rejoindre la vie réelle et s'installer dans la vie quotidienne. Ce dernier possède deux avantages, il est mignon et est disponible en dehors de la fiction : un jeu de cartes, un jeu vidéo, un jouet, une peluche, une figurine, une bande dessinée, une protection de téléphone portable, etc. Le caractère portatif de l'univers et des personnages est déterminante. Les Pokémon sont des monstres de poche. Donc, la logique du jeu est reproductible dans la réalité. Davantage reliés au féminin et plus particulièrement aux jeunes filles, les personnages Kawaii possèdent pour base le fait d'être adorables, dépendants, doux et gentils. Le mignon Kawaii japonais, car il est à la fois un type de corps et un type de relation, est créateur d'empathie et de réconfort. En ce début de XXI<sup>e</sup> siècle, l'aura mignonne des personnages Kawaii sortis de l'*Anime Komikku Game Valley* japonaise est si importante que le mignon kawaii forme une esthétique fondamentale au Japon en même temps qu'elle séduit le reste du monde.

C'est dans les années 1970, soit au commencement de l'ère post-industrielle, que ce marché s'est constitué au Japon. La mise en place d'un merchandising efficace lié aux personnages de

dessins animés et de mangas a rapidement abouti à une expansion sans précédent d'objets à consommer et de la présence de personnages dans la société. Les personnages Kawaii colonisèrent littéralement la société, des jouets et objets « superflus » aux publicités et logos de grandes entreprises. Cette connaissance du contexte japonais nous permet de comprendre la décision du gouvernement japonais d'attribuer une telle fonction au chat bleu Doraemon : au Japon, le personnage mignon est devenu un symbole identitaire de groupe.

Car ces enfants de la postmodernité symboliseraient leur mal-être en s'enfermant dans un monde virtuel et qu'une mode des animaux de compagnie est en vogue, l'existence d'animaux virtuels de compagnie ne s'imposerait-elle pas d'elle-même ?

### **3. L'actualité du Japon : Le chien est mort, vive le chat domestique !**

Voilà qui nous reconduit au manga japonais. Sans même traiter la production amateur qui représente une quantité conséquente de la production - cette autoroute artistique riche sur laquelle les « interdits » circulent plus librement (zoophilie, scatophilie, nécrophilie, violences sexuelles, pédophilie, etc.) - les sources utilisées nous laisse présager que le chat et le chien, au côté de l'indétrônable icône Kawaii qu'est la chatte *Hello Kitty*, sans en être les représentants premiers, y figurent: Dans les années trente, Nora Kuro, un chien errant engagé dans l'armée impériale, était un personnage très populaire de l'animation et de manga. Durant l'occupation américaine, des héros inspirés de *Lassie* sont apparus dans les magazines nippons. Le chien apparaît aussi dans le genre fantastique (le chien télépathe d'*Ushiro no Hyakutaro*), à côté des bandes de voyous et des héros tels qu'Astro Boy.

Avant de nous consacrer aux chiens virtuels des jeux vidéo de la dernière console portable de Nintendo, nous avons choisi de saisir les deux extrémités de la production manga papier exportée en France afin d'en montrer toute l'épaisseur. D'un côté, les œuvres du mangaka Jiro Taniguchi (1947-2017) appréciées des lecteurs et sacralisées par la critique. Il est l'ambassadeur du manga qui a séduit les plus réfractaires à la bande dessinée japonaise et a amené le manga de type roman graphique sur les tables des librairies.<sup>744</sup> L'admiration et l'intérêt qu'il suscite, en plus des hommages rendus suite à sa mort récente, se concrétise par

---

<sup>744</sup> Romain Brethes, « Taniguchi, le plus européen des mangakas » dans *Bang ! Manga nouvelle vague*, N°9. Paris, Casterman, novembre 2005, p.74-87.

la publication de livres consacrées à son œuvre et sa vie. Après Hergé, Benoît Peeters a publié un livre sur l'artiste. À l'autre extrémité se trouve la série populaire *Chi - une vie de chat* de l'auteure Konami Kanata parue en France chez Glénat Kids. Alors que Jiro Taniguchi est le digne représentant du manga littéraire de l'élite intellectuelle du septième art, les aventures de la très mignonne *Chi* est un manga humoristique, léger et d'une esthétique Kawaii. Notre décision d'opter pour deux extrémités de notre culture manga, outre le fait d'insister sur la présence de l'animal de compagnie, vise à montrer que la réception de la bande dessinée japonaise en France a dépassé l'offensive menée par la presse dans les années 1990 pour s'implanter définitivement dans nos pratiques de lecture : le manga est en voie de légitimation.<sup>745</sup>

Nous commencerons par les péripéties de *Chi*, un nom qui signifie « pipi » en japonais. Cette série de douze tomes possède deux avantages. Premièrement, elle nous montre qu'à côté de la production vidéoludique japonaise principalement représentée par la simulation de chiens virtuels *Nintendogs*, le manga triomphe et s'exporte en mettant des chats à l'honneur. Cette évolution, rappelons-le, ne constitue pas un cas isolé. Avec le succès récent de *Simon's Cats*, la bande dessinée américaine est concernée. Deuxièmement, elle introduit un développement contemporain conséquent qui est le manga à chat.

### 3.1. Le « manga à chats »

Le manga *Chi - Une vie de chat* (*Chi's Sweet Home*) est paru au Japon entre 2004 et 2015. Il raconte la vie quotidienne de *Chi*, une petite chatte perdue qui a été recueillie par la famille Yamada constituée du père, de la mère et du jeune garçon Yohei.<sup>746</sup> La spécificité du manga est que le personnage principal est l'animal et non un humain qui partage ses observations et pensées avec le lecteur. L'héroïne de l'histoire est donc cet adorable chaton *Chi*. Irrésistible, elle est dotée d'un caractère enjoué, enthousiaste et optimiste et d'un corps de type kawaii tout en rondeur et aux expressions variées qui vont de touchantes à burlesques. La chatte a été dotée d'une parole synchronisée. Car au phylactère qui contient le langage du chat (*Miaou*)

---

<sup>745</sup> Olivier Vanhée, « La production d'une « culture manga » en France. Une analyse sociologique de la pluralité des appropriations et pratiques liées au manga », dans *Japon Pluriel*, n° 7, 2007, p. 437-446.

<sup>746</sup> L'intégralité de la série a été lue dans sa version allemande intitulée *Kleine Katze Chi. Chi's Sweet Home* publiée chez Carlsen. Chaque tome est divisé en courts chapitres. Au total, la série en comporte 218.

une traduction apparaît sur le côté, le lecteur, contrairement aux partenaires humains du chat, à accès à ses ressentis. Cette synchronisation entre le langage animal (anthropomorphisé) et le langage humain facilite la compréhension de l'intériorité de l'héroïne. Enfin, plus en rapport au manga en lui-même, le fait que les planches soient colorées et de couleurs claires - une spécificité rare dans le noir et blanc habituel du genre - contribue à la légèreté des histoires et à instaurer une atmosphère à la fois douillette et réconfortante. La série *Chi - Une vie de chat* se rattache clairement aux codes du Kawaii : l'univers est mignon, les couleurs sont douces, les formes sont rondes.

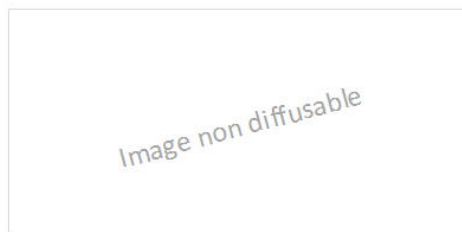
La lecture du manga présente la richesse du quotidien de l'héroïne féline : se familiariser au mobilier, devenir propre, prendre un bain, jouer avec des jouets apportés de l'animalerie ainsi qu'avec les objets interdits, renverser un vase, se faire examiner par le vétérinaire, chasser le chat menaçant du voisinage rentré dans la maison, partager les repas gastronomiques de la famille Yamada, explorer le jardin et les environs du foyer (les rues du quartier, le terrain de jeux), se faire photographier, grimper aux arbres et à chasser, déménager et rencontrer les animaux des voisins (un chat, un perroquet, un lapin, un chien), s'amuser avec les chats du quartier, voire essayer de jouer au jeu vidéo Super Mario sur console Nintendo Wii ! Ces histoires, extraites de la banalité de la vie quotidienne, parce qu'elles nous sont délivrées par le chat et uniquement par lui, nous la font vivre de l'intérieur. Ainsi, le lecteur partage ses défis quotidiens (chasser, grimper, savoir tomber), ses joies (jouer avec des billes, boire du lait, se rassasier), ses dangers (le chien en laisse du quartier, les voitures et les vélos, la concierge de l'immeuble), ses habitudes (se promener, se reposer au soleil, explorer) et ses rencontres avec les chats du quartier. Enfin, c'est l'intériorité émotionnelle et mentale que le manga thématise : ses souvenirs, rêves, angoisses et interrogations identitaires.

Sans généraliser hâtivement, ce manga invite néanmoins le chercheur en sciences sociales à soumettre quelques pistes de recherche quant à la situation du chat de compagnie au Japon de cette deuxième décennie de XXI<sup>e</sup> siècle. La douceur et l'attention des humains vis-à-vis de Chi est ce qui ressort le plus. Au centre de toutes les attentions, Chi reçoit des jouets achetés à l'animalerie et une alimentation agrémentée du partage de la nourriture humaine. Elle est soignée et donc amenée en consultation chez le vétérinaire. Bien qu'elle doive se plier aux règles d'hygiène et d'ordre de l'appartement, la liberté de mouvement de Chi, limitée au départ, augmente au fur et à mesure des mangas. Alors qu'elle devait se cacher et ne jamais sortir de l'appartement - les animaux domestiques sont interdits dans le bâtiment - les Yamada déménageront afin de souscrire aux règles. Ils s'installeront dans un bâtiment où les animaux

sont acceptés. Dans ce manga, il n'a donc pas été question d'abandonner ou de noyer l'animal comme dans certaines bandes dessinées plus anciennes.

Cette liberté concerne aussi l'intérieur de l'appartement puisqu'avec l'installation d'un clapet de porte, ses déplacements ont été facilités. À ce titre, il est intéressant de noter qu'elle n'est aucunement restreinte dans ses allers-retours entre l'appartement et le quartier. Ses « fugues » ne seront jamais punies. Au centre de toutes les attentions, Chi est constamment admirée, prise dans les bras, touchée, caressée. Elle peut dormir sous la couverture de Yohei ou sur le père de famille installé sur le canapé. De manière générale, la violence des adultes est exclue même si le point de vue du chat témoigne du refus de quelques pratiques humaines qui lui sont infligées comme couper les ongles, réaliser un examen médical, porter un collier ou prendre une douche. En ce qui concerne les enfants, si Yohei est un enfant sage et aimant, sa cousine en visite prit plaisir à tirer les oreilles et la queue du chat ! Ainsi, ce cadre douillet ne signifie pas que la vie de Chi est exempte de difficultés et de conflits. Si la rencontre dans le terrain de jeu du chaton errant Minou avec lequel elle se lie d'amitié lui a fait découvrir les avantages et les revers de la vie d'un chat vivant dehors, c'est surtout sa quête identitaire qui structure la série. Éloignée de sa mère, recueillie par des humains appelés papa et maman, elle a découvert qu'elle est un chat et que sa vraie mère habite le quartier. Lors du dénouement du dernier tome, après avoir été rapporté à sa famille féline, Chi se décidera pour la famille humaine qui, quittant le Japon, part vivre à Paris. L'attachement de Chi à ses parents adoptifs et à l'enfant Yohei, triomphe !

### Illustration 31



La chatte de maga *Chi* est très kawaii

Le manga *Chi - Une vie de chat* s'éloigne foncièrement des représentations communes du chat mystérieux, diabolique, dératiseur, égoïste, solitaire et intellectualisé du chat. Alors que les chats furent introduits au Japon avec la tâche de lutter contre des animaux nuisibles ou dangereux, pas une seule souris est donnée à voir dans la série ! Ce détachement du chat à la souris, un lien qui a structuré les cartoons Tom and Jerry, Gros Minet et Titi, Gros minet et Speedy Gonzales -, est un indicateur précis de l'accès du chat à un rôle resserré d'animal de compagnie recentré sur l'humain. Il s'agit du modèle d'un animal de compagnie joueur, mignon, caressant et drôle dans lequel le chat est un membre central de la famille. Le manga *Chi - une vie de chat* confirme la souplesse d'adaptation du chat dans nos sociétés avancée par le zoologue Desmond Morris :

On décrit souvent le chat comme un animal égoïste, solitaire, qui déambule seul, et ne se mêle pas aux autres chats que pour se battre ou s'accoupler. Quand ces animaux vivent en liberté, avec un vaste territoire autour d'eux, il est vrai qu'ils correspondent assez bien à cette image. Mais ils sont capables de changer de comportement lorsqu'ils vivent plus à l'étroit. En ville, et à l'intérieur des maisons de leurs maîtres, ils font preuve d'un degré de sociabilité remarquable et surprenant.<sup>747</sup>

En effet, à côté de *Chi - Une vie de chat*, plusieurs « mangas à chat » en provenance du Japon sont parus durant ces dix dernières années.<sup>748</sup> Nous citerons *Neko to Geboku no Suteki na Nichijou de Akihiro Kimura* (2015) paru en France sous le titre *Sa majesté le chat* (2017) dans lequel le mangaka raconte les dix-huit années passées en compagnie de ses cinq chats et le manga *Oh my cats !* de Kotsubu Sakaki paru en 2011 au Japon qui conte la vie des deux chats de l'artiste. En ce qui concerne les séries, nous citons *Plum un amour de chat* de Hoshini Natsumi, *Miaou les aventures de Loustic* de Minori Kakio qui démarre au Japon en 2012, *Yanaka Histoires de chats* de Wakatsuki Megumi (2011) dans lequel les chats nous font visiter et découvrir le quartier populaire Yanaka de Tokyo ou encore *Carnets de chats* (2011) de Yumi Ikefuji. La mangaka de *Chi - Une vie de chat* Konami Kanata étend son emprise sur le manga de chats avec les séries *Choubi - Choubi Mon chat tout petit* (2014) et sa suite *Choubi - Choubi mon chat pour la vie* (2005) ! Enfin, en décalage vis-à-vis de ces productions sur des chats drôles et attachants, deux séries thématisent des chats bagarreurs de rues : *Miaou Big Boss le magnifique* (2013) qui est dérivé du manga *Miaou - les aventures de Moustic* et le manga *Street fighting cats* (2014). Le chat de bande dessinée « made in Japan »,

---

<sup>747</sup> Desmond Morris, *Le chat révélé*, Paris, 1987, p. 78.

<sup>748</sup> Ces informations sont tirées du site web <http://www.manga-news.com/index.php/report/Chi-une-vie-de-chat>, le 30.07.2017.



nous l'avons compris, à la manière de *Chi* qui a séduit les États-Unis, la France et la Chine progresse au sein de l'offre manga. C'est dans ce contexte japonais favorable aux chats et aux chatons que le jeu vidéo *Nintendogs + Cats* (2011) est à replacer !

Comme il est de rigueur dans les arts et les médias que nous avons étudiés jusqu'à présent, un rapprochement direct entre l'animal vivant - celui des mangakas - et l'animal fictif de manga est affirmé par les artistes. La bande dessinée relate les péripéties quotidiennes des chats, et pour ne prendre qu'un seul exemple, la relation entre Chi et l'enfant Yohei retranscrit la relation qui unissait le fils de l'auteur à leur chaton. C'est d'ailleurs en observatrice des chats vivants que Konami Kanata se présente au lecteur. Ce manga humoristique a pour vocation de servir de mode d'emploi. Mais qu'en est-il de la réalité plus profonde des chats au Japon ? Les sources dont nous avons pu disposer sont peu nombreuses, c'est pourquoi la fiabilité de nos propos est donc à prendre avec des « baguettes » !

### 3.2. L'histoire culturelle des chats au Japon

Arrivés au Japon entre le VI<sup>e</sup> et IX<sup>e</sup> siècle par la Chine et la Corée, les chats ont été employés par des moines bouddhistes afin de protéger les manuscrits des souris et tuer les serpents. Si au premier abord, nous assimilerons le chat à la civilisation égyptienne ou chinoise, le porte bonheur du Japon symbolisant le pays est un chat plein de bonhomie qui salue toute personne passant le seuil de la porte ou restant derrière la vitrine d'une boutique : le fameux Maneki-Neko. Lorsqu'on entre dans le temple du Japon, un chat salue. Toutefois, l'origine trouble du symbole japonais – une ancienne statuette de phallus reconvertie en chat pendant l'ère Meiji ou bien un ancien porte-chance des geishas ? – nous rappelle qu'il existe des chats maléfiques dans le folklore japonais dont le bestiaire se compose du lièvre blanc d'Oki, de renards, chevaux, chiens, blaireaux, singes, moineaux, canards, crabes, etc.<sup>749</sup>

En ce qui concerne les représentations du chat dans l'art, Selon Philippe Kaenel, c'est la mode en Occident pour le japonisme qui a définitivement introduit le chat dans l'art pictural en tant qu'individu, notamment par l'intérêt suscité par les estampes d'Hiroshige représentant ces

---

<sup>749</sup> Juliet Piggott et René de Ceccatty, *Légendes du Pays du Soleil-Levant*, Paris, 1987, p. 109-126.

félines.<sup>750</sup> Le chat a dans un deuxième temps été absorbé par le contexte culturel historique du Romantisme dans lequel il a été transformé en un animal de la révolte, de la liberté et de l'individualisme. Historiquement, la présence du chat dans l'art remonte à une époque beaucoup plus ancienne. Bien que privé de Moyen - Âge, des représentations de la civilisation l'Égypte ancienne à l'art contemporain, le chat a inspiré les plus grands maîtres : le peintre animalier Gottfried Mind (1768-1814) surnommé le « Raphaël des chats », Jérôme Bosch, Dürer, Bruegel l'Ancien, Léonard de Vinci, Véronèse, Rembrandt, Chardin, Watteau, Jean-Baptiste Oudry, Fragonard, Courbet, Manet, Renoir, Le douanier Rousseau, Bonnard, Valadon, Steinlen, Franz Marc, etc. Dans le domaine des arts, la sculpture, la gravure, la bande dessinée, la photographie, le cinéma, la musique et la littérature se sont intéressés au chat, mais ce n'est notre propos ici.

Enfin, le bouleversement pour les chats dans la société japonaise est l'année 1975 qui selon le professeur Kahime Shigeru de la Meiji University constitue le pivot historique de la nouvelle représentation nationale du chat au Japon. Par manque de conflits politiques, cette nouvelle génération de Japonais restée figée entre l'adolescence et l'âge adulte, aurait transformé le chat d'un animal symbole de liberté d'une revendication politique en un animal symbole de l'affirmation introspective de soi. Rappelons-nous à titre exemplaire que dans la littérature japonaise du début du XXe siècle, l'auteur Natsume Suseki critique la société de Meiji dans son ouvrage *Je suis un chat* (1912).

Le contexte historique du consumérisme capitaliste qui relève d'une volonté nationale et de l'essor collectif a donné forme à un chat inédit : le chat Kawaii. En 1975, l'augmentation du nombre d'amateurs de chats au Japon va se construire en se ralliant à l'esthétique Kawaii qui éclot à la même période. Le choix d>Hello Kitty comme animal emblème de ce renouveau n'est pas illogique et aucunement hasardeux. C'est la raison pour laquelle le chat qui apparaît dans les mangas à cette époque est Kawaii. Aujourd'hui, après le Maneki-Neko symbole de prospérité, les chats Kawaii Doraemon, Hello Kitty, Chi et le grand nombre de mascottes locales Yuru Kyara sourient avec leurs moustaches à la population et aux touristes. Cette esthétique qui domine ce Japon du début de XXIe siècle est donc intégrée aux mœurs des Japonais. C'est pourquoi en plus du chat robot Doraemon, Hello Kitty « a été nommée par le ministère du Territoire, des Infrastructures, du Transport et du Tourisme » ambassadrice

---

<sup>750</sup> Ces propos ainsi que ceux qui suivront - excepté ceux explicitement cités - sont basés sur le documentaire audiovisuel de Myriam Tonelotto, *La voie du chat*, une co-production La Bascule, Arte films, ZDF, 2009.

officielle du tourisme » auprès de la Chine et de Hong Kong en mai 2008 ». <sup>751</sup> En résumé, le kawaii japonais qui englobe le chat et les animaux prône le mignon, le contact physique, la caresse et l'apparat (déguisement et bijou) a de plus en plus circonscrit et modelé le chat fictif et les chats vivants de l'archipel.

Si certains aspects de *Chi - une histoire de chat* explicitent la réalité des interactions entre les chats et les humains - l'alimentation industrielle de choix, le confort et les jouets, le contact physique de la main et de la fourrure - d'autres s'en écartent radicalement. Alors que Chi sort de l'appartement et explore son quartier, d'autres sources consultées stipulent que l'espace urbain est strictement interdit aux chats errants. Car uriner dans le jardin d'une maison voisine est une grave offense punie par la loi, les chats seraient uniquement sortis dans des cages ou maintenus à l'intérieur des foyers <sup>752</sup>. À titre comparatif, la situation japonaise représenterait l'opposé exact de la situation des chats de Grèce photographiés par Hans Sylvester dont les livres connaissent un grand succès en France : la liberté des chats est totale mais ces animaux sont interdits à l'intérieur des demeures. <sup>753</sup> Contrairement à ce que nous livrent ce manga et le pittoresque des onze îles aux chats du Japon, à l'image de ce qui a été démontré dans le cas de la Chine et de l'Inde, <sup>754</sup> il faut se garder d'établir un lien trop direct et ethnocentriste entre les philosophies et religions jugées plus respectueuses des animaux avec les pratiques concrètes et les manipulations des humains sur eux. Derrière la multiplication par deux de l'espérance de vie des chats au Japon depuis 2000, la réalité se révèle moins rose que le revendique Hello Kitty. Les chats errants, une fois la durée de sept jours en refuge dépassés, sont euthanasiés. En moyenne, six-cents chats par jour, surtout des chatons, sont sacrifiés. Dans le meilleur des cas, ces chats errants sont sauvés de la mort grâce à leur adoption non officielle par les sans-abri. Dans un même temps, le marché de l'animal de compagnie qui représente huit milliards d'euros par an place le chat sur la première place du podium. Il est transformé en fétiche : ils sont enfermés dans les *Neko - Café* au plaisir des clients et pour l'occasion castrés, dégriffés et amollis mentalement. Ils deviennent des chats d'appartement choyés mais emprisonnés.

Ainsi, les quatre phénomènes structurants de la domestication des XIXe et XXe siècles définis par l'historien Damien Baldin que sont « la familiarité, la maîtrise technique et scientifique, la

<sup>751</sup> Clothilde Sabre, « De Hello Kitty au Yuru Kyara. Le kawaii au service de la promotion du tourisme ? », dans *Japon Pluriel*, n° 11, 2017, ici 379.

<sup>752</sup> *Géo, chats du monde*, Hors-série, 2010 (réédition de 2004), p.63.

<sup>753</sup> Hans Sylvester, *Un monde de chats, au jour le jour*, Paris, 2008 ; *Id.*, *Les chats du soleil*, Paris, 2004.

<sup>754</sup> Éric Baratay, *Des bêtes et des dieux*, Paris, 2015, p. 137-147 ; Danielle Elisseeff, « Les animaux sous une chape de plomb », dans *Anthropozoologica*, n° 18, 1994, p. 17-28 ; Florence Burgat, *Violence et non-violence envers les animaux en Inde*, Paris, 2014.

protection contre la violence et l'élimination »<sup>755</sup> semblent s'appliquer aux chats japonais. Le chat serait-il victime du développement collatéral de la féminisation des sociétés modernes ? L'association historique entre les femmes et les chats perdure et s'adapte aux circonstances. Pour le vétérinaire comportementaliste Claude Béata l'essor actuel du chat se justifierait surtout par un changement de valeurs :

Pour schématiser, ce glissement se produit à partir d'une valeur hiérarchisée, masculine et canine, vers une valeur non hiérarchisée, féminine et féline. C'est pourquoi, cette évolution est récente [...] Désormais, on s'achemine vers une société où les valeurs masculines diminuent au profit de valeurs féminines. Et les valeurs véhiculées par le chat - cocooning, sensualité - sont plus féminines que masculines. Si l'on s'interroge sur la passion qui existe aujourd'hui autour du chat, et si on regarde les innombrables forums ou blogs qui lui sont consacrés, on se rend compte que c'est une passion très féminine.<sup>756</sup>

Sans même rentrer dans une quelconque polémique, nous tenons à faire remarquer que les hommes et les femmes, à l'instar des chats et des chiens, ne sont pas définitivement figés dans l'histoire. Ce recours à des schémas idéologiques - que l'on pense à l'anthroposophie de Karl Koenig - teintés de sexisme ne nous paraît aucunement justifié. En résumé, consacrer les hommes comme des êtres hiérarchiques et les femmes comme des êtres plus sensuelles afin d'expliquer l'essor du chat dans les sociétés post-modernes est insuffisant car non fondé. À ce propos, la féminisation de la profession de vétérinaire s'est au départ construite à une époque où les animaux à traiter n'étaient pas les chats, mais bien plus les chiens, les chevaux et les animaux de la ferme qui étaient à soigner. C'est tout du moins ce qui ressort des entretiens et questionnaires menées en France et Belgique par une femme vétérinaire avec des consœurs : « Pour celles pratiquant en clientèle, elles furent au départ très axées sur la canine et la recherche, mais au fur et à mesure des années, la rurale a pris une part importante dans cet exercice ».<sup>757</sup> L'amour des animaux ou de la campagne est en effet la première motivation citée par les femmes devenues vétérinaires. Mais qu'en est-il dès lors du Japon et de ses chats kawaii ambassadeurs et animaux à caresser ? Le succès du chat kawaii dans les autres sociétés post-modernes symboliserait-il une internationalisation d'une féminisation du chat ? Après tout, les Japonaises Hello Kitty et Chi sont des chattes et non des chats noirs, nous concluons cette partie consacrée aux chats japonais sur les secrets des origines du phénomène Kawaii.

---

<sup>755</sup> Damien Baldin, *Histoire des animaux domestiques XIXe-XXe siècle*, Paris, 2014, p. 14.

<sup>756</sup> Éric Baratay, Claude Béata et Vinciane Despret, *Chiens, chats ... Pourquoi tant d'amour*, Paris, 2015, p. 14.

<sup>757</sup> Hanna Bueno, *Témoignages de femmes vétérinaires en France de 1950 à nos jours*, Thèse, École nationale vétérinaire d'Alfort, 2011, p. 61.

Au Japon, l'essor du Kawaii se rattache directement à la féminisation de la société japonaise et à l'effondrement partiel du régime masculin qui a été jugé responsable de la lourde défaite de 1945. Selon Joëlle Nouhet-Roseman qui s'intéresse à son exportation et son adaptation en France,<sup>758</sup> le kawaii constituerait la rencontre de la pénétration au Japon de l'esthétique euro-américaine de « cute » situé au début du XXe siècle avec l'émergence progressive d'une culture destinée aux filles, la culture Shôjo. Le regard et les yeux des personnages, en plus des couleurs et des attributs vestimentaires (tissus et dentelles), puiseraient leurs origines du côté du jouet en expansion industrielle en Occident (ours en peluche, poupées), de la bande dessinée et du dessin animé. La néoténie du corps s'y rattacherait aussi. Les années 1970, par les bouleversements sociaux, auraient par conséquent concrétisé un mouvement en germe depuis plusieurs décennies. Ce mouvement n'aurait donc pas été créé de toute pièce à cette époque. L'esthétique Kawaii représentant des humains et des animaux aux corps infantilisés et déformés avec la protubérance de la tête sur le corps, s'il est culturellement lié à la culture shôjo, n'en demeure pas moins une esthétique générale qui unit les générations - elle ne concerne pas uniquement les enfants et adolescents -, les régions du monde et les deux (trois ou quatre) sexes. Mais comme je suis un homme et que mes valeurs sont hiérarchiques je me sens quelque peu dans l'obligation de délaissier cet univers de femmes et de chats pour parler des chiens. Le nom de la chatte du manga que nous avons analysée qui signifie pipi en japonais sert de transition idéale à la plume de Jules Renard.

Dédéche guérit de la blessure des crocs, mais il lui resta aux reins une douloureuse faiblesse. Il se mit à pisser partout. Dehors, il pissait comme une pompe, tant qu'il pouvait, joyeux de nous délivrer d'un souci, et à peine rentré il ne se retenait déjà plus. [...] On se mettait en colère, on grondait Dédéche d'une voix terrible, et on le battait avec des gestes violents qui ne le touchaient pas, son regard fin nous répondait : « je sais bien, mais que faire ? ». [...] Le cœur même allait durcir ! Il fallut tuer Dédéche. [...] Les autres rattrapent à temps leurs larmes [...] Ils disent à mademoiselle : -Tu es bête, ce n'est rien ! Pourquoi rien ? C'était de la vie ! Et nous ne pouvons pas savoir jusqu'où allait celle que nous venons de supprimer.<sup>759</sup>

---

<sup>758</sup> Nouhet-Roseman Joëlle, « Dans son tee-shirt Hello Kitty, lolita lit des mangas », dans *Adolescence*, n° 57, 2006, p. 735-749.

<sup>759</sup> « Dédéche est mort » de Jules Renard dans Sylvain Fleurus et Caroline Barraud (éd.), *Histoires de chiens*, Paris, 1996, p. 79-81.

### 3.3. La mort du chien : l'accompagner dans la mort et faire son deuil

L'essor du chat signerait-elle l'incontinence du chien, signe de la mort culturelle du chien en France et au Japon ? Âgé, le chien comme l'humain peut être touché d'incontinence, ce qui pour lui peut signifier la mise à mort. C'est ce que décrit l'écrivain Jules Renard et ce que pratique le vétérinaire Sylvain Balteau, un vétérinaire tenant un blog sur sa profession depuis 2007.

- Vous comprenez, docteur, son incontinence est de pire en pire. Elle marche et elle laisse des traînées d'urine derrière elle, dans le commerce, et ça sent mauvais et il faut tout le temps nettoyer, alors on la laisse dehors, mais elle a dix ans et... [...] Ils m'ont finalement laissé seul pour décider, parce que c'était un sale boulot, parce qu'on n'euthanasie pas une chienne pour une incontinence urbaine. Ou bien si.<sup>760</sup>

Il est nécessaire de savoir que le manga japonais et sa culture pop partis à la conquête du monde ne se limite pas à l'esthétique Kawaii et à ces icônes planétaires. L'histoire la plus émouvante, la plus bouleversante et la plus sensible rencontrée lors de ce travail de recherche est japonaise. Il s'agit du manga « *Avoir un chien* » de Jirô Taniguchi datant de 1991 publiée chez Casterman dans *Terre de rêves* en 2005. Alors qu'a priori, les chiens de compagnie et compagnons de la bande dessinée franco-belge et américaine ne vieillissent pas et ne meurent pas, cette histoire relate la banale vie quotidienne d'un chien en se centrant sur sa mort. La finesse de l'observation que les rétrogrades se hâteront de catégoriser d'anthropomorphe retranscrit les étapes de la mort du chien Tam âgé de 14 ans. Sa démarche devient hésitante, ses membres se figent et il se blesse. Il s'urine dessus et tombe dans ses crottes. La fatigue l'accable, il hurle de douleur. Bientôt, il ne mange et ne boit plus. Son état de santé se dégrade mais il lutte, chaleureusement assisté par ce couple qui lui confectionne des chaussons pour protéger ses pattes et ses griffes, se relaie pour nettoyer les excréments, le rassure en le caressant, continue à se promener avec lui afin de lui permettre de marcher : « Jusqu'au bout il essaiera de marcher. Nous voulions faire tout ce qui était en notre pouvoir...pour lui permettre de maintenir sa dignité de chien ».<sup>761</sup>

Le réalisme dépeint par Jiro Taniguchi surprend par son intensité et son authenticité. Son origine est autobiographique : le chien de l'auteur était mort un an avant la réalisation d'*Avoir*

---

<sup>760</sup> Sylvain Balteau, *Docteur Fourrure*, Paris, 2015, p. 57-58.

<sup>761</sup> Jirô Taniguchi, *Terre de rêves*, Paris, 2005, p. 20.

*un chien*. La volonté d'aider et la fatigue mentale et physique que cela provoque, les tensions du couple, la gêne sonore nocturne occasionné par les hurlements, la douleur du chien et l'impuissance face à la mort. Voici le texte des deux dernières planches :

Un animal meurt sans pouvoir échanger un adieu. Cela suffit à nous briser le cœur - Vivre mourir. La mort d'un chien, la mort d'un homme c'est la même chose - 3/11/1990. 01 :40. Tam est mort. Quand nous avons ôté la couverture qui le couvrait pour essayer son corps, il était si maigre qu'à nouveau nous avons pleuré- Il y avait là-bas un large espace au bord de la rivière mais cette fois Tam n'était plus à nos côtés - C'était juste un chien...mais ce que nous venions de perdre, c'était beaucoup plus que ça - Et ce qu'il nous avait laissé, c'était encore plus.<sup>762</sup>

Observateur des drames du quotidien et de sa poésie, Jirô Taniguchi a dessiné des chiens dans plusieurs de ces œuvres. Dans le recueil *L'Orme du Caucase* (2004), une histoire relate la quête de deux jeunes frères partis à la recherche de leur chien donné à quelqu'un suite à leur déménagement. Dans le manga *l'Homme qui marche* (2017), les promenades du personnage sont souvent faites avec son chien. Dans *Furari* (2012) qui se situe au début du XIXe siècle, des chiens errants sont visibles. Enfin dans un autre registre, nous citerons *Les enquêtes du Limier* (2013) qui met en scène celles d'un détective, accompagné de son chien dont le travail est de retrouver des chiens de chasse perdus ou volés. Enfin, inspiré par la littérature de Jack London, le mystérieux *Blanco* qui est un chien loup génétiquement modifié du grand nord du continent américain dont l'origine est à chercher entre une légende inuite et une expérience militaire secrète ! Ainsi, derrière l'œuvre de Taniguchi surtout réputée pour l'intimisme se dévoile en réalité plusieurs registres comme le polar, l'aventure et le récit de chasse. C'est ce que nous démontrent les facettes de ses chiens dans ses mangas !

Le dernier mot sur la mort des chiens sera néanmoins plus Kawai et très éloigné des romans graphiques intellectuels et de l'élite du septième art. Il s'agit de la série *Le paradis des chiens* de Sayuri Tatsuyama qui paraît depuis 2014 chez Glénat Kids. Chaque petite histoire raconte la perte d'un chien - une race de chien par histoire ! - avec l'envoi d'une lettre postale des chiens à leurs maîtresses adolescentes ou jeunes adultes une fois arrivés au Paradis des chiens. La couverture du premier tome nous présente le principe fondateur :

Quelque part en ce monde existe un pays où tout chien peut se rendre. Les vivants peuvent y jouer à loisir et les morts y couler des jours heureux [...] Que ceux d'entre vous qui ont perdu un chien ne

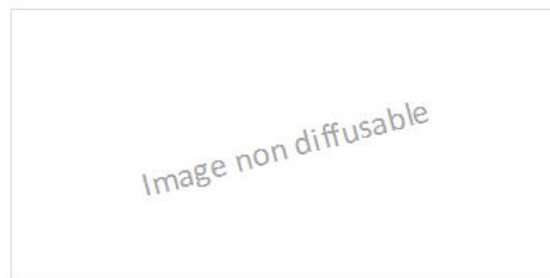
---

<sup>762</sup> *Id.*, 2005, p. 41-42.

soient pas tristes, Où qu'il soit, il prie pour votre bonheur. Et qui sait, peut-être vous enverra-t-il une lettre ? Un manga tout en douceur illustrant les liens si forts qui unissent les chiens et leurs maîtres.<sup>763</sup>

Le Japon aurait-il réellement condamné les chiens par amour du chat sensible et mignon ? Non, en fait, avec le jeu vidéo *Nintendogs* (2005) vendu à des millions d'exemplaires dans le monde, le Japon venait d'inventer un chien d'un genre unique : le chien virtuel.

Illustration 32



Le manga *Le paradis des chiens* de Sayuri Tatsuyama, volume 4 (2015)

---

<sup>763</sup> Sayuri Tatsuyama, *Le Paradis des chiens*, Grenoble, 2014, (texte de la couverture arrière).





## **Chapitre IX**

### **Le chien tactile de la Nintendo DS**

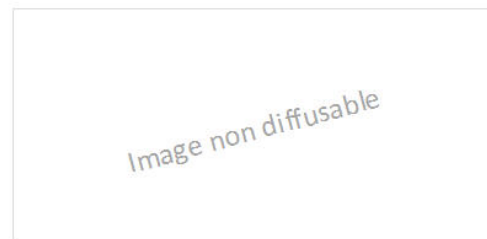
## Introduction : La console Nintendo DS

En 1989, la sortie au Japon de la console de poche de Nintendo la *Game boy* constitue une date clé de l'histoire des jeux vidéo. Vendues à plus de 110 millions d'exemplaires, la construction s'est arrêtée définitivement en 2003. Son jeu le plus vendu est Tétris avec 35 millions d'unités. Techniquement dépassée par la console portable concurrente de SEGA qu'est la Game Gear, la console créée par Gunpei Yokoi, l'inventeur des Game & Watch remporte la victoire. Ses jeux clés, son catalogue de jeux et sa bonne autonomie (énergétique) sont garants de son succès. À l'opposé de la Game Gear en couleurs, l'écran monochrome de la Game Boy a permis de réduire le coût de fabrication et la faible consommation de piles lors de son usage. La Game Boy est augmentée par des accessoires (ex : câble) et sera déclinée en différents modèles - la Game Boy pocket (1995), la Game Boy color (1998), la Game Boy Advance (2001), la Game Boy micro (2005) - jusqu'à l'année de la sortie de la Nintendo DS, le nouveau triomphe de Nintendo. Avec la sortie du jeu Pokémon en 1996, la console de Nintendo, alors en perte de vitesse, a commencé une nouvelle carrière. Avec la Playstation de Sony sortie en 1995, la Game Boy est la console de jeu qui symbolise aujourd'hui la culture vidéoludique des années 1990.

Illustration 1



Illustration 2



L'histoire se répéterait-elle ? Nintendo avait remporté son duel face au japonais SEGA, mais suite à l'arrivée de Sony et de Microsoft la firme toute puissante venait d'être rétrogradée : la Playstation 1 et la Playstation 2 de Sony dominent nettement le marché. La X-box de Microsoft s'est également installée. Face à elles, la Game Cube (Nintendo), la Nintendo 64 et la console de SEGA, la Dreamcast ne remportent pas le succès attendu. Le positionnement de Nintendo ne convainc pas : alors que la Playstation et la X-box sont des produits High-tech plus en phase avec l'ère de l'informatique et de la Hi-fi, l'aspect « jouet » des deux consoles de Nintendo leur donne une allure trop enfantine. Pour résumer l'évolution du secteur, c'est d'un bouleversement dont il faut parler :

Le mot Playstation remplace le mot Nintendo dans la symbolisation du jeu vidéo dans l'esprit des individus. L'arrivée de Microsoft en 2001 (sept après Sony) montre l'effritement des compagnies spécialisées dans les secteurs (chez les constructeurs), au profit de grands groupes de l'électronique de loisir et de l'informatique.<sup>764</sup>

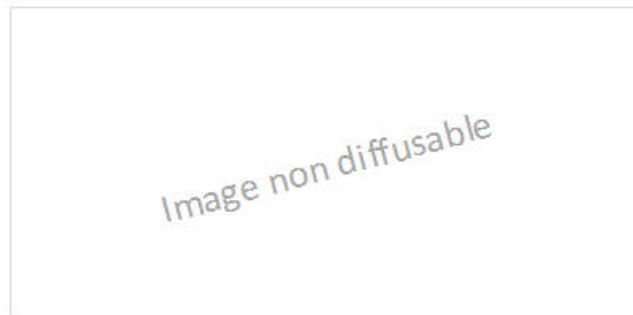
Nintendo change donc d'orientation mais se situe dans une impasse : la course technologique face à Sony et Microsoft paraît perdue d'avance. Le nouveau président de la firme Satoru Iwata décide de lancer un sondage mondial pour connaître les obstacles à la pratique des jeux vidéo : les trois résultats sont : la complexité des jeux, l'anxiété causée par les interfaces, le manque d'intérêt vis-à-vis de l'offre et le manque de temps à consacrer au jeu. La réponse de Nintendo sera de présenter une expérience plus universelle, plus intergénérationnelle et plus intuitive. La transformation des interfaces sera la clef du renouveau avec les consoles Nintendo DS (2005) et la Wii (2007). Face à la console PSP de Sony présentée comme « le walkman du 21<sup>e</sup> siècle », la Nintendo DS possède une allure beaucoup moins moderne. Présentée à Los Angeles en 2004 à la veille d'un salon mondial, la nouvelle console de Nintendo fut acclamée par la foule et désignée perdante par les experts du marché. La console d'un gris sobre, possède deux écrans dont un tactile, une connexion sans fil, un micro intégré, un son surround etc. Elle se positionne dans la ligne droite des *Game & Watch* et de la *Game Boy*. L'expérience de jeu « tactile » de la console et le spectre important de joueurs ciblés - des petits garçons et petites filles aux gens âgés - ont été les bases du succès de la console. Nintendo a eu l'idée brillante d'inclure les personnes plus âgées qui, nous l'avons mentionné, représentent une grande partie de la population japonaise : la transposition en jeu du livre *Entraînez votre cerveau* du professeur Ryuta Kawashima a été garante des ventes de la première déclinaison de la console. En mars 2006, la sortie de la Nintendo DS Lite dont

---

<sup>764</sup> Serge Dupuy-Fromy, *Les jeux vidéo dans la société française* [Des années 1970 au début des années 2000], Thèse, Université Paris-Est, 2012, p. 141-142.

l'apparence plus high-tech se rapproche de l'iPod d'Apple avec le jeu *Dr Kawashima, Quel est l'âge de votre cerveau ?* a provoqué un fort engouement.<sup>765</sup> Moins puissante que ces concurrentes, la Nintendo DS dont d'autres déclinaisons sortiront rapidement gagne la course. En 2011, détenait le record absolu des ventes de consoles avec 145 millions d'unités vendues dans le monde.

Illustration 3



Avec ce programme ludique, sur la console Nintendo DS, jouer est une activité très cérébrale.

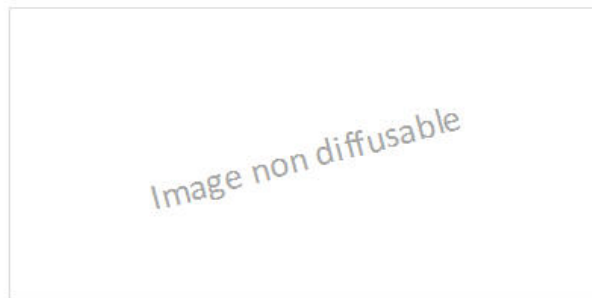
L'autre jeu vidéo qui a propulsé la console Nintendo DS au sommet des ventes est en relation aux chiens : il s'agit de *Nintendogs*. Il est le résultat de l'intérêt de Shigeru Miyamoto pour les chiens mais aussi d'un gadget qui remporte un grand succès à la fin de l'année 2002, le Bow Lingual de Takara. C'est un appareil placé autour du cou de l'animal qui fait office de traducteur puisqu'il affiche des mots lorsque celui-ci aboie. En 2011, six ans après la sortie de la console à double écran et le succès de *Nintendogs*, la console Nintendo 3DS propose une

---

<sup>765</sup> Daniel Ichbiah, *La saga des jeux vidéo*, Châtillon, 2014.

3D sans lunettes. L'écran 3D (écran du haut) est un écran à cristaux liquides qui affiche jusqu'à 16,77 millions de couleurs. Sa définition est de 800x 240 pixels. Un curseur placé à droite permet d'enclencher cette fonction et de la régler à sa convenance. La puissance de la Nintendo 3DS est logiquement plus élevée que son ancienne version : un pad circulaire, une caméra intérieure, un détecteur de mouvements et des ajouts supplémentaires ont augmenté le potentiel de cette version. À la date du 12 août 2017, selon le site VGCharts, la Nintendo 3DS est la console actuellement sur le marché la plus vendue<sup>766</sup> : Nintendo 3DS (65,8 millions), Playstation 4 (62,6 millions), X-Box-One (30,8 millions). La concurrente portable, la PS Vita, n'atteint que 15,7 millions.

Illustration 4



La console portable Nintendo DS à écran tactile (le stylet)

---

<sup>766</sup> Chiffres disponibles sur : [http://www.vgchartz.com/#graph\\_menu](http://www.vgchartz.com/#graph_menu) consulté le 10.09.2017.

## I. Nintendogs : le tamagotchi ultime ?

La Nintendo DS XL est sobre et légère. Elle ne pèse en effet que 313 grammes. Avant d'allumer la console vous la retournez et constatez qu'il y manque le jeu vidéo. Vous allez donc chercher la boîte, tombez nez à truffe avec la photo du chien de la couverture, en sortez la petite cartouche et l'insérez dans la console. Son poids a exactement augmenté de cinq grammes. Vous allumez la console, sélectionnez l'icône du jeu *Nintendogs* avec votre stylet sur l'écran tactile. Le logo rouge du géant mondial japonais Nintendo apparaît accompagné par l'aboïement d'un chien.

Sorti le 7 octobre 2005 en Europe, après avoir séduit le Japon (21 avril 2005) et les États-Unis (22 août 2005), le jeu vidéo *Nintendogs* a joui d'un succès commercial très rapide jusqu'à provoquer une rupture de stocks d'une durée de quatre mois en France<sup>767</sup>. La presse du jeu vidéo parle de Nintendogsmania pour rendre compte de cette vague déferlante de chiens japonais. Fort d'une couverture médiatique très importante, notamment télévisuelle, d'une baisse de vingt euros du prix de la console et de la déclinaison en deux modèles (bleu et rose), les trois versions du jeu *Chihuahua et ses amis*, *Labrador et ses amis* et *Teckel et ses amis* ont propulsé les ventes de la console Nintendo DS vers le haut. La quatrième version *Dalmatien et ses amis* n'est sortie qu'en juin 2006.

A l'opposé de l'offre classique vidéoludique, *Nintendogs* représente un cas limite du jeu vidéo. Il ne comporte ni fin ni niveau. À la question « Nintendogs est-il un jeu ? », la réponse d'Hideki Konno son producteur fut : « En tout cas, depuis le tout premier moment où j'ai présenté le projet à Nintendo, je n'ai jamais utilisé le terme "Jeu". En fait, j'en parle toujours comme d'un "logiciel", surtout auprès de Nintendo. Je ne voudrais pas que les gens puissent s'imaginer qu'on peut comparer Nintendogs avec un jeu lambda »<sup>768</sup>.

Facile à prendre en main, ce jeu vidéo a été conçu pour satisfaire immédiatement le joueur ou la joueuse et sur une courte durée. Cette simulation canine s'inscrit en effet dans ce que le jargon vidéoludique nomme avec un peu de condescendance les *casual gamers*. Ils caractérisent ce nouveau type de joueurs (et de jeux vidéo) dont la pratique ludique ne se fixe pas sur un temps de jeu long et difficile mais sur une succession de temps de jeu plus courts mais répétés. Ce jeu est pensé comme un divertissement à savourer à son rythme et ses envies.

---

<sup>767</sup> Sur la page wikipedia de Nintendogs <https://fr.wikipedia.org/wiki/Nintendogs> consulté le 07.10.2016.

<sup>768</sup> Interview avec Hideki Konno, du 19.08.2005 sur <http://www.jeuxvideo.com/news/2005/00013417.htm>.

Contrairement à l'intrusif tamagotchi qui revêt un aspect harceleur par la répétition des bips sonores, les Nintendogs ne dérangent pas le joueur par l'émission d'un bruit de rappel. En résumé, le joueur impose « son temps » au chien virtuel et non l'inverse. Contrairement aux tamagotchis le chien Nintendog ne s'introduit pas dans la vie du joueur nuit et jour pour rester bien sagement derrière son écran de jeu. Enfin, le chien n'est pas à avatar que le joueur manie à l'aide de la croix directionnelle mais plutôt un animal virtuel avec lequel le joueur peut uniquement interagir. Ce chien virtuel est de surcroît destiné à un seul joueur, il s'agit d'un face à face et non d'une interaction qui se partage et se pratique avec d'autres joueurs.

### **1. Du chien réel au chien virtuel : l'iconographie environnante**

À l'origine, le jeu Nintendogs avait été conçu pour la console de salon Game Cube de Nintendo mais finalement, le jeu ne sortira que sur Nintendo DS. Ce jeu lui est donc exclusif, ce que les créateurs ont justifié par la présence du micro, de l'écran tactile et la proximité physique entre le joueur et la console de jeu portable. Bien que le système vocal ne soit pas essentiel - l'icône située au centre de l'écran tactile sert à appeler le chien -, le micro augmente le réalisme de l'interaction lorsqu'on appelle le chien par son nom, lui ordonne quelque chose ou exprime un commentaire quelconque. Enfin, outre l'interactivité tactile qu'offre la Nintendo DS, c'est aussi en sa qualité de console portable que l'interaction avec le chien se voit facilitée. Il s'agit donc d'une sorte de tamagotchi tempéré, éternel et caninisé auquel le joueur est associé. Ce jeu vidéo, s'il n'est pas le premier jeu de simulation d'animaux de l'histoire, constitue un *tournant animaliste*. Le jeu vidéo Nintendogs a installé péremptoirement dans le médium jeu vidéo. Historiquement, la présence du chien dans ce médium interactif se divise entre *l'avant et l'après* Nintendogs. Selon nous, la raison principale, s'il devait y en avoir une seule, serait le degré de réalisme des chiens virtuels et le concept ludique de l'animal obtenus. L'avertissement du mode d'emploi du jeu cité dans l'introduction générale se révèle anecdotique tout en étant fondatrice puisque de la promotion du jeu, sa pochette à la fabrication du chien - l'ensemble du discours et de l'habillage iconographique du jeu vidéo insiste non sur l'ambivalence entre le chien réel et le chien virtuel mais sur son indissociabilité. Les signaux visuels qui font l'intermédiaire entre le joueur et la



petite cartouche de jeu font référence au chien vivant. Ils fabriquent un espace de l'entre-deux où le chien vivant domine.

Avant de traiter le jeu vidéo en lui-même, nous commencerons par montrer la figuration du jeu, la promotion du jeu (les publicités) et la réception dans la presse. Toute la campagne publicitaire s'est structurée autour de la ressemblance entre le chien vivant et les chiens virtuels. Ce fut le cas pour le jeu *Nintendogs* (2005) comme pour sa version améliorée en trois dimensions *Nintendogs + Cats* (2011) sortie en 2011. La photographie de chiens a été utilisée sur les couvertures des boîtes de jeu, le site web officiel de Nintendo, les publicités et boîtes (emballages) de vente.

Illustration 4



Illustration 5



La version labrador

Illustration 6



La version teckel

Illustration 7



La version chihuahua

La version dalmatien

Dans la réception de sites web et de blogs du jeu vidéo, les allusions au chien vivant se dénichent dans les tests des journalistes du jeu vidéo et dans les critiques des joueurs postées sur les sites. En voici des exemples :

Vous voulez un chien mais vous n'avez pas la place dans votre appartement ? Votre père refuse de vous acheter un petit compagnon ? Nous avons la solution : Nintendogs, moins cher et beaucoup plus ludique. La firme du plombier moustachu nous prouve une fois de plus son envie d'aller toujours plus loin dans les couloirs de l'innovation pour le plus grand bonheur des joueurs. Mignon, simple d'accès, original et frais : Nintendogs est une véritable réussite. L'essayer, c'est l'adopter !<sup>769</sup> (jeuxvidéo.fr)

Si vous ne pouvez pas avoir un animal de compagnie, alors j'ai ce qu'il vous faut avec Nintendogs, prévu exclusivement sur Nintendo DS. Manger, dormir, donner la patte ou faire ses besoins dans le caniveau, vous allez devoir tout lui apprendre<sup>770</sup>. (jeuxvidéo.fr)

Lors de son arrivée en 2005 sur DS, Nintendo avait su créer l'engouement avec Nintendogs, comptant sur l'attrait d'animaux trop mignons pour attirer des foules d'enfants fascinés... et faire payer des parents trop contents que l'animal de compagnie ne soit que virtuel. L'intérêt du soft en lui-même était réel, la modélisation réussie des petites bestioles rivalisant avec un système d'interactions crédible pour en faire un jeu réussi [...] Bien sûr, l'ambiance graphique vaut surtout par ces irrésistibles peluches, leurs mimiques et mouvements réalistes. Techniquement, le titre est satisfaisant, la 3D rendant le tout carrément joli.<sup>771</sup> (jeuxvidéo.fr)

En plus de son caractère innovant, le titre répondait clairement à une demande des joueurs nippons qui vivent dans un pays où il est bien difficile de réunir les conditions indispensables à l'adoption d'un animal de compagnie. Si c'est un peu moins vrai en Europe, il n'empêche que beaucoup de personnes sont intéressées par la possibilité d'élever un petit chien virtuel, sans les contraintes liées à l'adoption d'un animal bien réel. Ainsi, il ne serait pas surprenant que Nintendogs connaisse un vrai succès auprès des plus jeunes, au grand soulagement de leurs parents récalcitrants à franchir le pas [...] La modélisation des chiots est vraiment parfaite et leurs animations sont bluffantes, ce qui rend le jeu immédiatement attachant et irrésistible [...] Ce n'est pas la première tentative en la matière, mais pour la première fois on va pouvoir élever son animal virtuel de façon réaliste, crédible et ludique.<sup>772</sup> (Jeuxvidéo.com)

Pour que la magie fasse pleinement effet, il fallait que les chiens aient une esthétique et une attitude convaincante. De ce côté-là, Nintendo épate une fois de plus puisque techniquement, le jeu est très réussi. Mais c'est au niveau de l'animation que l'on est vraiment conquis par Nintendogs. C'est bien

---

<sup>769</sup> Le test de *Nintendogs* (2005), publié le 18.10.2005 sur : <http://www.jeuxvideo.fr/jeux/nintendogs-dalmatien-ses-amis/preview-test-nintendogs-dalmatien-ses-amis.html>

<sup>770</sup> Le test de *Nintendogs* (2005) sur : <http://www.jeuxvideo.fr/jeux/nintendogs-dalmatien-ses-amis/preview-test-nintendogs-dalmatien-ses-amis.html>.

<sup>771</sup> Le test de *Nintendogs+cats* (2011) sur <http://www.jeuxvideo.com/articles/0001/00014573-nintendogs-cats-bouledogue-francais-ses-nouveaux-amis-test.htm>.

<sup>772</sup> Test de la version Labrador et ses amis sur : <http://www.jeuxvideo.com/jeux/nintendo-ds/00012964-nintendogs-labrador-ses-amis.htm>.

simple, on croirait de vrais chiens ! Chaque réaction de l'animal face au contact que vous entretenez avec lui grâce au stylet est superbement réaliste. Mieux encore, si vous avez plusieurs chiens à la maison (vous pouvez en avoir jusqu'à trois au maximum), ils interagissent entre eux ! Quoi de plus normal me direz-vous, mais tout de même fallait-il le souligner<sup>773</sup>. (Next-Nintendo.fr)

C'est bien connu. Les japonais n'ont pas de temps à consacrer aux animaux. Pourtant, ils en sont fous. Dilemme, dilemme ! Par chance, Nintendo, toujours à l'écoute des consommateurs, s'est dit « Tiens ! On a une console qui permet d'élever un chien, et les gens veulent élever des chiens ! ». Merci, Nintendo.<sup>774</sup> (Nintendo-Master.com)

### Critiques de joueurs (extraits du site jeuxvidéo.com)<sup>775</sup>

Le 6/20 est pour la très bonne imitation et le réalisme de la vie du chiot. Mais ce jeu est TRES lassant, à vous dégoûter d'avoir un chien, croyez-vous qu'un chien c'est sortir, nourrir, concourir ? non ! avec un chien on échange quelque chose, je sais bien que c'est virtuel, mais ce jeu est destiné aux enfants entre 5 et 9 ans, après quoi on s'ennuie à mourir ! Une fois votre chien laver, nourris et sortis une fois, deux fois, trois fois , qu'y a-t-il à faire ? A pars gagner de nouveaux chiens, il n'y a aucun but fixer dans le jeu ! Décevant... (Lili3456, 10.02.2010)

Rien à dire. C'est peut-être un peu répétitif, à force, mais ce jeu est génial ! Et j'adore les chiots ! On dirait vraiment des vrais. Le comportement, les aboiements, les réactions, ... J'adore les concours, aussi, surtout celui d'obéissance ! Cela mérite bien un 19 sur 20 non ? (de Pupuce, le 22.11.2009)

Les expressions des chiots sont très bien réussite. En bref c'est comme un vrai chien a tout les jours on le nourris, lave, caresse, sors, amuse et fait des concours comme dans la vrai vie [...] Je (J'ai) le jeu depuis exactement 1 an jours pour jours et je me lasse vraiment pas puisque je ne peux avoir de véritable chien, je suis ravie avec mes petites boules de poils virtuels. (de Mystic, 05.08.2008)

Vous avez déjà vu un chien virtuel, moi c'était la première fois et je dois vous dire que cet instant était tout simplement magique (de Fasbigup75, 21.10.2005)

Superbe. Magnifique. Excellent. Beaux chiens... Ca donne quoi ? Ben NINTENDOGS bien sûr ! Un grand choix de chiens, le dressage sympa, des animations hyper réalistes, les développeurs ont dû travailler au moins 1 an avec des chiens pour bien observer les mouvements de ces derniers. Trop bien. Mon chien à moi, il est trop beau et si vous n'en avez pas et que vous possédez une NINTENDO DS et bien achetez ce jeu, il est trop sympa. (de Dante13005, le 20.10.2005)

La consultation des critiques de joueurs et de journalistes de sites Internet consacrés au media jeux vidéo nous a permis d'appréhender des expressions (écrites) de l'articulation entre le chien vivant et le chien virtuel Nintendog. La « tension » s'exprime selon différents angles.

<sup>773</sup> Le test de Nintendogs sur le site [www.next-nintendo.fr](http://www.next-nintendo.fr) (le site n'existe plus).

<sup>774</sup> Le test de Nintendogs sur <http://www.nintendo-master.com/jeux/ds/nintendogs/test>.

<sup>775</sup> Critiques de joueurs disponibles sur : <http://www.jeuxvideo.com/avis/nintendogs-labrador-ses-amis/12964-1->

L'aspect le plus important est le réalisme de l'esthétique des chiens, de leurs mouvements et aboiements. L'interaction basée sur l'apprentissage de tours (le dressage), la toilette, les soins donnés aux chiens et la promenade sont régulièrement cités et encensés. Généralement positive, il arrive tout de même que la comparaison avec le chien vivant soit jugée négativement alors que celle qui l'associe au tamagotchi, le place toujours comme une amélioration du jouet porte-clé de Bandai. La comparaison avec le tamagotchi ne se retrouve pas dans les discours de l'entreprise Nintendo qui insiste notamment sur la différence de contrainte : le Nintendog ne meurt pas et nécessite moins de soins que son homologue jouet. La consultation des critiques des joueurs - un champ d'expression plus libre que celui des journalistes - contient plus d'hostilité vis-à-vis de la qualité de jugement des journalistes. Ces critiques se structurent généralement autour de l'infantilité du jeu (ce jeu est uniquement réservé aux enfants), de la sexualisation (il est réservé aux filles), du type de jeu vidéo (ce jeu est réservé à tout le monde mais pas aux vrais joueurs) et autour du chien vivant (c'est l'élasticité du « comme un chien »). Un autre aspect récurrent est le recours aux fameuses « corvées » et désavantages du chien vivant afin de préciser les avantages pragmatiques de sa version réelle. Ce point est important puisqu'il pointe du doigt le renversement opéré par le jeu vidéo de la réalité prétendue : les corvées deviennent ludiques.

Enfin, pour en revenir à la promotion télévisuelle, deux particularités doivent être évoquées : le premier point est l'association du jeu Nintendogs à des joueurs adultes. Un spot publicitaire de la version Dalmatien nous montre une jeune femme séduisante expliquant au groom de l'hôtel ce qui doit faire avec les chiens avant que la fin du spot nous dévoile la chute : les aboiements proviennent de plusieurs consoles posées sur une table<sup>776</sup>. Pour la sortie du jeu Nintendogs + Cats (2011) deux personnalités médiatiques - la chanteuse Nolwenn Leroy et le présentateur de télévision Naguy - qui ont joué sur l'opposition homme-femme à travers les animaux virtuels : la « peluche » Husky de la femme est opposé au boxer « fort et viril » de l'homme avant qu'elle découvre qu'il possède aussi un chaton<sup>777</sup>. Des adultes hommes apparaissent également dans les publicités japonaises<sup>778</sup>. Le deuxième point est le recours à des acteurs de cinéma - le chien Uggie du film *The Artist* en fait la promotion aux États-Unis en 2011<sup>779</sup> - et à l'histoire des chiens vivants : un spot compare des enregistrements faits de chiens savants avec les performances des chiens de pixels : « Faire des sauts périlleux. Danser

---

<sup>776</sup> Sur <https://www.youtube.com/watch?v=7KgrXu0P8aU> visionnée en octobre 2016.

<sup>777</sup> Sur <https://www.youtube.com/watch?v=kXq2eEgVd4E> visionnée en octobre 2016.

<sup>778</sup> Sur <https://www.youtube.com/watch?v=YwZ5IG8OpOM> visionnée en octobre 2016.

<sup>779</sup> Sur <http://www.dailymotion.com/video/xp7thw> visionnée en octobre 2016.

le hip-hop. Sauter à la corde. Caressez votre Nintendog et parlez-lui pour lui apprendre des tas de tours incroyables »<sup>780</sup> (2006).

## 2. La structure du jeu

Tout commence par l'acquisition du chien au chenil. Les races proposées sont différentes selon les versions du jeu. Une fois le chien sélectionné, l'attribution de son nom, pour être enregistré par le chien doit être répétée trois fois dans le micro de la console. La prononciation facilite la « compréhension » du chien virtuel. Interagir ne nécessite pas d'apprentissage, le tout se passant avec le stylet avec lequel on sélectionne un menu, on appelle le chien en tapotant sur l'écran ou on sélectionnant l'icône appeler : un sifflement s'entend avant que et le compagnon se dirige vers l'écran ou pas. Le chien virtuel en fait parfois à sa tête et il faut lourdement insister pour le convaincre.

Posé sur l'écran tactile, le stylet représente une main humaine minuscule dont la forme figure celle d'un gant. Lorsqu'on caresse l'animal, ce gant humain se déplace sur le « corps » du chien. Cette main est la seule représentation du joueur dans l'espace du jeu. L'écran tactile ressemble à une vitre sur laquelle l'animal pose ses pattes. Cela signifie que le joueur n'est pas représenté à l'image autrement que par cette main gantée. Les deux espaces sont strictement séparés. En rapport à l'entraînement du chien, nous dirons qu'il est progressif et limité. Au commencement du jeu, le chien ne peut apprendre que des tours très simples. Plus avancé dans le jeu, sa limite quantitative sera de quatorze tours. Le dressage se déroule ainsi. L'icône de dressage apparaît à l'écran lorsque le chien est disposé à apprendre. Il faut la sélectionner et formuler le mot dans le microphone pour que le chiot l'associe au tour qu'il vient de réaliser. Plusieurs tentatives sont nécessaires. Lorsque l'ampoule figurée au-dessus de sa tête s'éclaire à la manière du génie *Léonard* de la bande dessinée de Turk et de Groot, le chiot a mémorisé l'ordre. Le joueur peut l'inscrire le nom dans la liste.

---

<sup>780</sup> Sur <http://www.dailymotion.com/video/x55gpw> visionnée en octobre 2016.

### Les interactions domestiques

Le joueur va constamment alterner entre 3 phases de jeu divisées en deux lieux : l'intérieur (apprentissage) et l'extérieur (ballades et concours). Les interactions domestiques consistent à nettoyer le chien.

Très rapidement sale (le poil est noirci) et rempli de puces visibles à l'écran, il est demandé au joueur de doucher le chien. Coopératif, l'animal vu de côté est immobile et ne réagira que si on lui applique du savon sur la tête. L'application d'une éponge savonneuse - et non de la figuration de la main du joueur - et le rinçage à l'eau suffisent (image 8).

Moins interactive, l'acte de nourrir et de donner à boire est limité à la sélection du produit. La gamelle apparaît à l'écran. Les chiens mangent et boivent d'une traite avant de repartir (image 9).

La troisième interaction est le jeu par l'utilisation des jouets (bulles de savon, corde à nœuds), du matériel sportif (os en caoutchouc, balle de tennis, balle sonore et.) des objets (appareil photo jetable, bouteille, bâton, poupée, ours en peluche, globe terrestre, météorite). Une fois l'objet sélectionné, le joueur le lance au chien avec un mouvement de stylet sur l'écran avant qu'il ne le rapporte (image 10).

Dresser le chien virtuel fait également partie des interactions demandées au joueur. L'animal virtuel pourra participer à des concours (image 11).

L'interaction physique la plus fascinante consiste à souffler dans la console de jeu pour faire des bulles de savon<sup>781</sup> avec lesquelles le chien jouera (image 12).

Une autre interaction est le brossage, l'action de caresser le chien et de l'accessoiriser avec des lunettes, un chapeau, un collier etc. Ces accessoires restent sur le corps du chien lors de promenades et n'ont aucune conséquence sur les mouvements des Nintendogs (image 13).

---

<sup>781</sup> Sur les significations des bulles de savon voir Nicolas Witkowski, *Petite métaphysique des jouets. Éloge de l'intuition enfantine*, Paris, 2011, p. 18-29.

Illustration 8



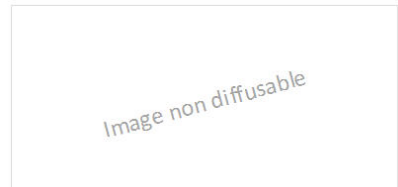
la douche

Illustration 9



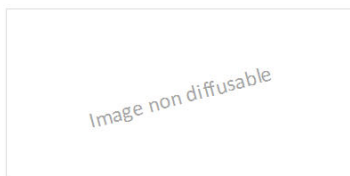
la gamelle

Illustration 10



le jeu

Illustration 11



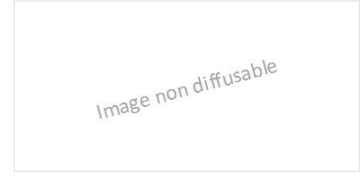
Faire des bulles

Illustration 12



le dressage

Illustration 13



le brossage

## Les menus de l'interaction

Par l'utilisation optimale des fonctions de la console Nintendo DS, cette simulation canine ludique propose donc une interaction directe entre le joueur et un chiot pour laquelle des fiches et des options sont disponibles. Une fiche du chiot est à tout moment consultable via le menu de l'écran tactile. La fiche contient la carte d'identité chien (nom, race, nom du maître), le temps en heures et minutes passé avec le maître et son état actuel. Ce dernier informe de la propreté de son poil, de sa faim et soif et du dernier repas consommé. La fiche du chiot donne accès à *La liste des tours appris* (Assis - Éternue - Couché) et à la *Carte de scores* aux concours. Le menu des destinations donne accès à la promenade, au shopping, aux concours et au mode ouaf ouaf .

Pour les joueurs désintéressés par le shopping ou la promenade, la participation à des concours est l'interaction avec le chien dans laquelle l'évolution de l'animal est testée et hiérarchisée (Illustration 3). Ce sont les compétences au lancement de disque, à l'agility et au dressage que le joueur et le chien ont perfectionné au quotidien dans l'appartement et au parc.

En quoi consistent-ils ? Chaque compétition est divisée en cinq niveaux de difficultés. Dans le premier concours, la longueur de la distance et la manière dont le chiot attrape le disque détermine les points. Le concours d'agility demande de réaliser des parcours. Le concours d'obéissance est divisé entre les tours imposés et les performances libres. L'obéissance et l'allure du chien seront jugées. Les tours de chaque classe sont les suivants : 1. le niveau débutant (Assis, la patte, couché) ; 2. la classe libre (+ roule, tourne en rond), 3. la classe expert et au-delà (+ fais le beau, saute etc.) Là encore, le mode d'emploi nous rappelle l'écart entre un chiot Nintendog et un chiot vivant : « Lorsque vous élevez un véritable chien, souvenez-vous que l'entraînement pour des activités épuisantes comme le concours de disque ou d'agility peut être dangereux pour les chiots dont la croissance n'est pas terminée ». (page 60)

Le mode Ouaf Ouaf est le mode de communication sans fil de la console de jeu. Lorsqu'il est activé, la communication entre les consoles s'établit automatiquement. Le chien d'un joueur possédant une autre console apparaîtra sur l'écran. Il est ainsi possible de jouer avec lui pendant un court moment. Les informations sur le dresseur seront échangées. De plus, ce mode permet de donner des objets de son inventaire.

Le shopping est divisé en cinq destinations. Il y a la boutique où on se procure des jouets, les produits de soins et la nourriture, le magasin d'occasion destiné à revendre ses objets et le



décorateur d'intérieur qui propose plusieurs styles de décoration et d'habitat : le loft de stylistes est gratuit, contrairement à la villa luxueuse au bord de mer qui coûte 50 000 euros ou une pièce située dans l'espace d'une valeur de 100 000 euros. La troisième destination est une pension nommée l'hôtel Oua Oua qui peut héberger jusqu'à cinq chiens en même temps. Trois options y sont proposées : échanger un chien, prendre un chien ou en donner un. Cette pension a pour fonction de permettre au joueur de posséder une réserve. Car le jeu est limité à la possession de trois chiens dans l'espace domestique, cette pension en double donc le chiffre. En effet, le chiot donné (et non échangé), sera perdu. La quatrième destination du menu Shopping est le chenil. Deux entrées sont proposées. L'option « regarder » permet de jouer avec des chiens qui ne sont pas à vendre tandis que l'option « acheter » donne l'occasion de faire ses courses. Le choix s'effectue par race. La prise de décision est facilitée par les informations portant sur les races (extraits de la version dalmatiens et ses amis, 2005) et sur les trois chiots au choix :

Chihuahua : Les grands yeux brillants du « plus petite chien du monde », originaire du Mexique, sont irrésistibles

Carlin : Race de la Chine ancienne. Son air renfrogné et sa queue enroulée sont caractéristiques.

Caniche Toy : D'origine française, c'est une race intelligente et endurante. Ces chiens sont de bons sportifs.

Boxer : La puissance et le courage de ce chien allemand lui ont fait une réputation de combattant.

Dalmatien : ce chien d'origine croate a souvent été utilisé par l'armée, les chasseurs ou encore les pompiers.

En plus de la race, le chien de chenil est individualisé. Le joueur obtient des informations sur le caractère de chaque chien du chenil. Les descriptions se recoupent. Parmi les trois boxers d'une valeur de 520 euros se trouvent : « cette femelle au caractère tranquille et sympathique n'est pas du genre à chercher la bagarre », « Ce mâle semble avoir un très bon caractère. Un chiot idéal pour les entraîneurs débutants », « Ce mâle placide n'aboie pas beaucoup et adore faire la sieste ». (relevé durant une partie)

Illustration 14



Illustration 15

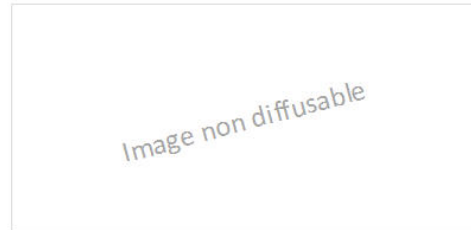
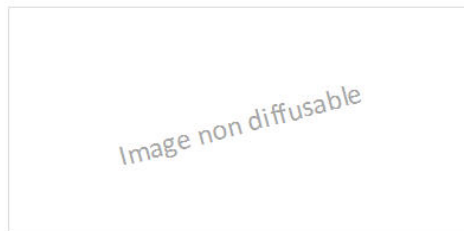


Illustration 16



### Les rêveries d'un promeneur canin solitaire

Lorsqu'on touche l'icône *Se promener* sur l'écran tactile, la première étape consiste à choisir un chien. Une promenade ne peut s'effectuer qu'avec un seul chien à la fois. La deuxième étape est de déterminer un trajet que l'on dessine sur le plan du quartier avec un pinceau. Plusieurs éléments balisent la route : l'icône chien qui signale une présence, les points

d'interrogations, l'icône cadeau et l'icône poubelle. Invisible sur les illustrations, un autre paramètre intervient. Il s'agit de la barre d'endurance du chien qui détermine les longueurs permises. Nous retrouvons une logique ludique : seul le temps passé avec le chien augmentera son endurance et par conséquent l'accès à des zones plus éloignées de la carte. La troisième étape est la promenade. Le jeu étant en temps réel, elle sera nocturne ou diurne. L'itinéraire décidé est strictement respecté. D'ailleurs il n'est pas nécessaire au joueur de tenir la laisse en appuyant avec le stylet sur l'écran tactile, le chien pouvant se balader seul avec la laisse en l'air ! La promenade se caractérise par la réception de cadeaux apportés par le chien et l'unique possibilité pour lui ou elle d'uriner et de déféquer. Dès la crotte déposée sur le sol, un sachet en papier apparaît et il faut cliquer dessus pour la mettre dedans. En ce qui concerne les rencontres avec les autres chiens, elles se passent dans la rue ou dans le parc selon deux modalités précises et figées. Dans la rue, les deux chiens s'observent un temps et se rapprochent. Le propriétaire de l'autre chien en ballade, absent visuellement de l'écran a une fonction didactique et de remontrance. Il signale au joueur l'évolution de sa gestion du chien en le félicitant ou le critiquant : « Ton chiot a l'air affamé. Tu penses à le nourrir régulièrement, j'espère » ou « Votre chiot est assoiffé. Pauvre bête : vous devriez faire un peu attention ». La deuxième modalité est la rencontre dans le parc où un rappel à l'ordre est donné au joueur dès l'arrivée : « Cette vaste pelouse est l'endroit idéal pour vous entraîner au lancer du disque ». Cet espace est entièrement vide et totalement plane. L'interaction avec des chiens inconnus y est possible de même que l'utilisation de l'ensemble des jouets : un hélicoptère radio-télécommandé, une corde, un frisbee etc. Le centre d'entraînement dans lequel on entraîne le chiot au concours d'agility et la boutique Discount peuvent également être visités. Enfin, et c'est le plus étonnant, excepté dans les parcs, l'interaction avec le chien est inexistante puisqu'il n'est pas possible de le caresser ou de rentrer en interaction avec lui.

Sans être résidentiel, l'espace de promenade est paisible et propre. Le type de musique et le défilement de gauche à droite du chien donne quelque peu l'impression de marcher sur un tapis roulant au rythme d'une musique d'ascenseur bien que les bruitages réguliers de circulation automobile délivrent un certain réalisme au lieu. Une fois de retour à la maison, le joueur est informé des sentiments ou disons de l'appréciation du chien.

La promenade est fonctionnelle et afin de garantir la séparation du jeu de la réalité, le mode d'emploi clarifie la situation : « Dans de nombreux endroits, la loi impose que les chiens soient tenus en laisse en permanence. Lorsque vous promener un véritable chien, gardez-le toujours en laisse » (page 58).

Illustration 17



Illustration 18

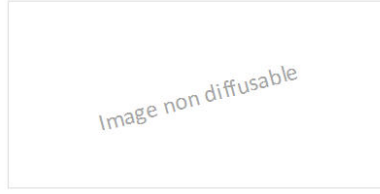
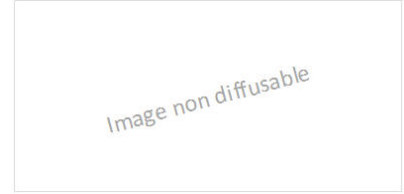


Illustration 19



se balader (laisse en l'air)

livrer des surprises

faire ses besoins

Illustration 20

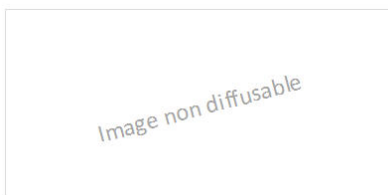
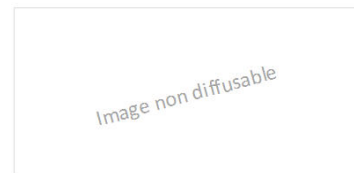


Illustration 21



Illustration 22



Rencontrer des chiens      s'entraîner pour les concours      le centre d'entraînement

La promenade dans le jeu vidéo Nintendogs touche maintenant à sa fin. Rentré à la maison, le chien virtuel connaîtra une période de haute croissance. Nintendogs a laissé la porte ouverte au jeu de gestion canine et féline : les jeux vidéo vont se multiplier sans jamais l'égaliser. Il a fallu attendre l'année 2011 et la sortie de la console Nintendo 3DS. Le lancement de la console sur le marché se fera désormais avec le chien.

### 3. Le réel, le virtuel et le robot

En mars 2011 est sortie la nouvelle version de la console Nintendo DS - la Nintendo 3DS - et par la même occasion la suite du jeu populaire Nintendogs : *Nintendogs + Cats*. Les chats font leur apparition. La 3D sans lunettes et les capacités plus élevées de cette nouvelle console, sans modifier le concept du jeu en a amélioré le visuel. Le slogan des catalogues fanfaronne : « En 3D, ils sont presque vivants ». Les premiers contacts visuels avec les animaux étonnent en effet par l'écart entre l'ancienne et la nouvelle version du jeu surtout que la 3D accentue la dimension de relief.

Les interviews des concepteurs et producteurs de Nintendo délivrent des informations portant sur sa création de la version de 2005 et son amélioration récente. Il s'agit des « Nintendo Asks » disponibles sur le site Internet officiel de Nintendo<sup>782</sup>. L'attrait pour les chiens prendrait son origine dans le fait que le producteur du jeu Shigeru Miyamoto possédait un chien à l'époque de la création du jeu. Nous retrouvons là un aspect que nous avons déjà rencontré du côté de la bande dessinée et du dessin animé. L'acquisition d'un chat peu après la sortie du jeu (2005) a composé un couple chien-chat qui a éveillé l'intérêt pour les chats. Le nom du jeu de 2011 demeure néanmoins Nintendogs : le chien reste l'élément principal. Shigeru Miyamoto a voulu reproduire la complicité entre chiens et chats en raison de son expérience personnelle elle-même inscrite dans ces références cinématographiques :

Quand je vois mes deux animaux s'entendre si bien, cela fait de si jolies images. Par exemple, mon chien trotte parfois avec le chat derrière lui ou leurs silhouettes se découpent dans le soleil couchant. Cela me rappelle *L'incroyable randonnée*<sup>3</sup>, un film Disney que j'avais vu enfant. Il s'agit de deux chiens et d'un chat qui entreprennent un périple pour retrouver leurs propriétaires après qu'ils les aient confiés à un ami pour partir en voyage. C'était vraiment touchant<sup>783</sup>.

D'autres animaux avaient été proposés, les chevaux et les dauphins, mais finalement ce sont les chats qui ont remporté le concours. C'est après observation des interactions entre le chien et le chat qu'il fut décidé qu'un chat ne suffirait pas à créer un jeu. Les possibilités d'interaction ont été jugées moindres. L'adaptation à ce nouvel arrivant s'est révélée plus complexe que prévu, l'animation du chat requérant un modèle différent de celui du chien. L'animation est propre à chaque espèce : « Eh bien, il y a quelques similitudes. La jonction

---

<sup>782</sup> L'adresse du site web officiel de Nintendo est [www.nintendo.fr](http://www.nintendo.fr).

<sup>783</sup> Disponible sur : <https://www.nintendo.fr/Iwata-demande/Iwata-Demande-Nintendo-3DS/Vol-4-nintendogs-cats/1-Pourquoi-cats-est-plus-petit-dans-le-logo/1-Pourquoi-cats-est-plus-petit-dans-le-logo-204721.html> le 10.09.2017.

entre la queue et la colonne est la même, mais la courbure de leur colonne vertébrale est vraiment différente. Ainsi, au début, si nous faisons s'asseoir un chat, il ressemblait à un chien ! »<sup>784</sup> C'est pourquoi, l'intégration des détails - de l'ondulation de la queue du chat au battement plus vigoureux de celle du chien, la façon de dormir, de s'étendre - aboutit à la reproduction de mouvements proche des modèles réels. Néanmoins, afin de préserver la représentation « drôle » et attendrissante de la démarche des animaux, la motion capture qui reproduit l'exactitude des corps n'a pas été sollicitée.

L'amélioration de la version 3D concerne aussi la personnalité et le comportement des animaux virtuels. Le producteur Hideki Konno : « Je voulais changer les personnalités afin de mieux rendre leurs spécificités. Par exemple, je voulais faire ressortir les différences de personnalité, les calmes et les remuants, les gentils et les « sur leurs gardes » ou ceux qui aiment ceci et ceux qui n'aiment pas cela »<sup>785</sup>. L'amélioration corporelle, évidente à l'œil nu, a augmenté le nombre de mouvements et leur fluidité. Les deux exemples d'amélioration les plus frappants sont les yeux et le poil des chiens. Dans la version de 2005, les yeux des chiens étaient des images placées sur des polygones, c'est-à-dire des textures, alors que dans la version de 2011, l'équipe a réalisé des globes oculaires afin que les animaux suivent les objets qui se déplacent. En ce qui concerne le poil apparaît plus vivant car plus en relief. L'interaction entre le joueur et l'animal a également été intensifiée : la caméra interne de la console intègre le visage du joueur si bien que l'illusion de la reconnaissance du joueur par le chien est créée.

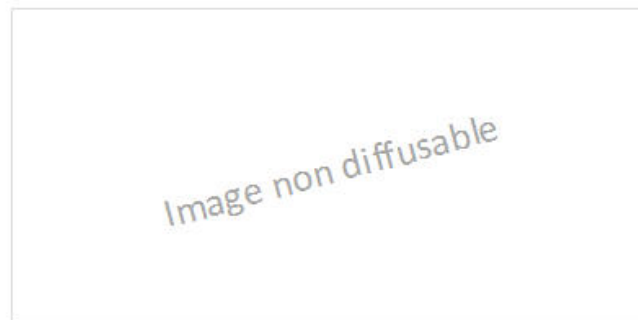
Le principe ludique des jeux Nintendogs (2005/2006) et Nintendogs+Cats est semblable. Seuls quelques apports l'embellissent plus qu'ils ne le transforment : l'arrivée discrète des chatons, l'amélioration de la promenade avec la présence de nouveaux lieux (un café pour joueurs et animaux, la plage). Le bouleversement plus profond de cette version vient de l'amélioration virtuelle du Nintendog, cet hybride entre la peluche, le tamagotchi et le chien réel.

---

<sup>784</sup> Disponible sur : <https://www.nintendo.fr/Iwata-demande/Iwata-Demande-Nintendo-3DS/Vol-4-nintendogs-cats/1-Pourquoi-cats-est-plus-petit-dans-le-logo/1-Pourquoi-cats-est-plus-petit-dans-le-logo-204721.html> le 10.09.2017.

<sup>785</sup> Disponible sur : <https://www.nintendo.fr/Iwata-demande/Iwata-Demande-Nintendo-3DS/Vol-4-nintendogs-cats/1-Pourquoi-cats-est-plus-petit-dans-le-logo/1-Pourquoi-cats-est-plus-petit-dans-le-logo-204721.html> le 10.09.2017.

Illustration 23



Les chiots de *Nintendogs + Cats 3DS* ont gagné en réalisme

**Avertissement (virtuel)**

Nous pourrions nous rassurer en pensant que le jeu vidéo *Nintendogs* n'est qu'un gadget ludique supplémentaire sans effet sur le monde. Pourtant, dès 2005, Peta avait récompensé le concept en raison des accomplissements et progrès pour un meilleur traitement des animaux. Peta décerna la récompense du *Best Animal Friendly Vidéo Game*.

Lauren Bowey de PETA Europe commente « Parce que les chiens demandent de l'engagement et de l'amour, des soins et de l'attention, avoir un chien sur une impulsion ou en offrir un comme cadeau peut mener au désastre... » « Mais grâce à des produits bien pensés comme *Nintendogs*, les enfants et les adultes qui aiment les chiens peuvent jouer avec leur chiot quand ils veulent et où ils veulent d'une simple chiquenaude ou en appuyant sur un bouton ». <sup>786</sup>

Nous imaginons la colère de la sociologue Marion Vicart à la lecture des mots de monsieur Bowey. Plus proche de nous temporellement et culturellement, après la sortie de la version 3D, le vétérinaire comportementaliste de renom Claude Béata, membre du Collège Européen de Médecine Vétérinaire Comportementale (animaux de compagnie) a loué les principes de *Nintendogs + cats* (2011). Ce jeu vidéo serait une expérience qui prépare l'enfant au chien

---

<sup>786</sup> Article du 08.06.2006 disponible sur : <http://www.nintendo-master.com/news/nintendogs-recompense>.

réel. Le réalisme comportemental des animaux, la responsabilisation des enfants - il s'agirait de se préoccuper du bien-être de l'animal ! -, la pratique plus intensive de sports ou d'activités communes que dans la réalité servirait de préparation.<sup>787</sup>

L'avertissement de la boîte de jeu *Nintendogs* n'était que formalité. Le monde de *Nintendogs* n'est pas totalement imaginaire : le chien vivant nous sert de modèle. Le chien virtuel nous sert de préparation. À ce propos, l'idée de base des concepteurs n'était pas de vendre trois ou quatre versions du jeu mais 15 ou 16 afin de simuler au plus près l'acquisition d'un (unique) chien. Pour des raisons de logistiques, cette idée n'a pas été applicable. Mais qu'en est-il des robots virtuels ?

En 2011, alors que l'on pensait la guerre des consoles entre SEGA et Nintendo définitivement passée, un combat de chiens mit fin chez SEGA à tout espoir de continuer la lutte. SEGA sorti WAPPY DOG qui combine un robot (jouet) mécanique avec un jeu vidéo Nintendo DS. Passé complètement inaperçu face à *Nintendogs + Cats*, le WAPPY DOG accumule les lacunes. La réalisation est très sommaire, les réactions du chien sont parfois illogiques et très mécaniques. Plus ancré dans une culture enfantine - les couleurs sont criantes, le Wappy dog virtuel se nourrit de glaces et gâteaux - ce jeu vidéo reprend les mécanismes ludiques de *Nintendogs* et d'autres simulations d'animaux de compagnie. Le joueur caresse le robot virtuel (il réagit en remuant la queue), le nourrit, joue avec le robot, le nettoie et soigne son apparence. De même, en tant que chien savant, le joueur lui apprend des tours irréalisables pour un *Nintendog* (break dance, danse du singe, salto, serpent, toilette) et contrairement à lui, plusieurs pièces sont accessibles au robot en plus du jardin. L'interaction avec le robot est directe ou transite par des mini-jeux (course, bateau) qui n'ont donc aucun rapport avec le chien. La barre d'amitié à remplir et l'âge du robot sont d'autres éléments distinctifs de Wappy dog. L'âge maximal de 10 ans est représenté par 10 cœurs : L'amitié croit avec le temps. Le problème est que très peu de joueurs la souhaitent. Tirillé entre des jouets mécaniques beaucoup plus évolués destinés aux enfants et des jeux vidéo de meilleure qualité, le chien robot virtuel est resté les pattes sur la barrière à attendre les joueurs. Le concept du chien de SEGA sur la console de Nintendo fut un échec.

---

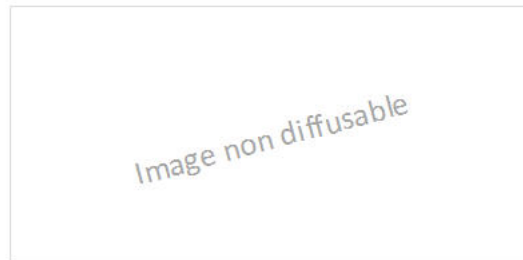
<sup>787</sup> « NintendoDogs + Cats : Apprendre à éduquer son animal avec nintendogs+cats Qu'en pense un vétérinaire comportementaliste ? » du 26.09.2011 sur [http://jeuvideo.afjv.com/news/3971\\_nintendodogs\\_cats.htm](http://jeuvideo.afjv.com/news/3971_nintendodogs_cats.htm).



Illustration 24



*Wappy dog*, le chien robot-jeu vidéo de SEGA (2011)



Le chien virtuel (modéliser sur le réel), 2011

Le robot-chien jeu vidéo *Wappy dog* de Sega n'a pas réussi à concurrencer le vrai chien virtuel de Nintendo

## II. Les PetZ : la gamme concurrente d'animaux de compagnie

Ubisoft annonce que les titres issus de la licence Petz vont se multiplier sur PC, DS et GBA dans les mois à venir. Chats, chiens, chevaux ou hamsters, il y en aura pour tous les goûts ou presque. Le but sera évidemment d'élever chacune de ces bêtes à poil et de s'en occuper soigneusement à la manière de ce que l'on voit dans *Nintendogs*.<sup>788</sup>

En marge du triomphe du jeu *Nintendogs* qui constitue l'incontestable sommet qualitatif des simulations animales vidéoludique, une franchise destinée aux enfants plutôt méconnue a elle aussi connu un succès retentissant. Il s'agit de la franchise PetZ développée par Ubisoft, un autre géant mondial du jeu vidéo. Si l'évocation du nom de cette entreprise française amènera les connaisseurs à évoquer les incontournables franchises telles qu'*Assasin's creed* (96 millions d'unités vendues), *Just dance* (60 millions), *Far Cry* (38 millions), *Rayman* (28 millions), *Prince of Persia* (21 millions) et inévitablement *Les lapins crétiens* (14 millions), la gamme PetZ que nous allons traiter maintenant représente la huitième franchise la plus rentable avec 25 millions d'unités vendues !

En plus de Nintendo, l'animal de compagnie s'est logé dans la niche d'un autre géant mondial du jeu vidéo. Fondée par les frères Guillemot en 1986, cette entreprise française de création, d'édition et distribution possède aujourd'hui plus de 10 000 employés répartis dans vingt-neuf studios répartis partout dans le monde. Elle est actuellement le deuxième développeur en taille du monde et le troisième éditeur (États-Unis/France). Alors que son chiffre d'affaires s'élevait en 2004/2005 à 538 millions d'euros, celui de 2015/2016 s'élevait à 1394 milliards d'euros<sup>789</sup>. Selon un modèle dont nous avons parlé dans les chapitres précédents, la politique d'Ubisoft s'oriente de plus en plus vers le transmédia afin de décliner ses franchises. Pour le cinéma et la télévision, elle fonde sa société de production *Ubisoft motion Pictures* en 2011, pour la bande dessinée elle fonde sa maison d'édition *Les deux royaumes* en 2009. Elle a ouvert un centre d'amusement *Les lapins crétiens* à Montréal<sup>790</sup>, s'est lancé dans la création de parcs d'attraction<sup>791</sup>, dans le jeu en ligne et le marché des applications. Enfin, un détail important est que la franchise des Petz maintient un lien avec le Japon puisque les jeux ont été

<sup>788</sup> « Ubisoft, une vraie SPA virtuelle » (News) du 08.08.2006 sur <http://www.jeuxvideo.com/news/2006/00017673.htm>.

<sup>789</sup> « Ubisoft les chiffres clés et les studios », posté le 14.06.2016, [http://www.afjv.com/news/6402\\_ubisoft-les-chiffres-cles-et-les-studios.htm](http://www.afjv.com/news/6402_ubisoft-les-chiffres-cles-et-les-studios.htm) consulté le 12.08.2017.

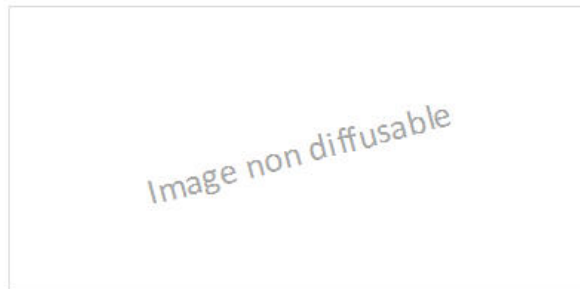
<sup>790</sup> Le site officiel de ce centre d'amusement <https://www.centrelapinscretins.com/> consulté le 12.08.2017.

<sup>791</sup> « Ubisoft s'associe à IMG Worlds pour créer le plus grand parc d'attractions en intérieur au monde », posté le 7.12.2016, [http://www.afjv.com/news/7015\\_parc-d-attractions-ubisoft-s-associe-a-img-worlds.htm](http://www.afjv.com/news/7015_parc-d-attractions-ubisoft-s-associe-a-img-worlds.htm).

développés par Digital Kids Games (1996). Acheté en 2008 par Ubisoft, ce studio situé à Osaka et Nagoya spécialisé dans les jeux vidéo destinés aux consoles portables porte désormais le nom d'Ubisoft Osaka.

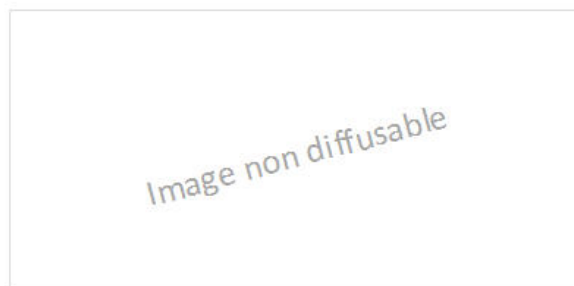
Ainsi, derrière les grandes figures d'Ubisoft déclinées en parcs, expositions et bandes dessinées, la franchise *Petz* que personne ne viendrait à catégoriser de jeux représentatifs du catalogue, nous amène à songer que l'animal virtuel de compagnie est économiquement très rentable...et jouable. Historiquement, elle précède la création de *Nintendogs* puisque le premier jeu est par en 2000 sur la console Game Boy Color. La franchise des *Petz* précède *Nintendogs* de cinq ans mais c'est bien ce dernier qui a relancé la contre-attaque d'Ubisoft. Contrairement à l'unique *Nintendogs*, cette franchise propose un très grand nombre de jeux jusqu'à frôler l'extravagance. C'est pourquoi nous nous restreindrons à ceux qui nous apparaissent centraux et principalement aux versions de la gamme sorties sur la console Nintendo DS ce qui signifie que nous n'allons pas comparer les versions entre elles. Cette précision est cruciale puisqu'en plus d'insister sur la différence de puissance des machines - les capacités techniques de la Nintendo Ds sont très inférieures à celles d'un ordinateur -, elle nous permet d'introduire la différence des versions selon les machines, que ce soit sur la qualité graphique ou le contenu. Le labyrinthe des jeux vidéo *DogZ* et *Dogz 2* l'illustre parfaitement. Le jeu *DogZ* est sorti sur ordinateur (2007). Il est sorti sur les consoles de salon Playstation 2 et sur la Wii de Nintendo (2007) mais en reprenant la couverture des versions de *Dogz 2* des autres consoles ! Il est également sorti sur les consoles portables Game Boy color (2000), Game Boy advance (2006) et Nintendo DS (2007). Il est aisé de s'apercevoir des écarts aussi bien qualitatifs de graphismes que des différences de types de jeux. Alors que les versions Game Boy color et ordinateur proposent un face à face avec le chien virtuel (le joueur est signalé par la main sur l'écran et le frisbee lancé), les versions sur Game Boy Advance et Nintendo DS nous propose de diriger un avatar enfant (japonais) à qui la responsabilité du chien incombe. Quant aux versions sur consoles Wii et Playstation, tout en maintenant des principes de la simulation de vie (accessoires, mini-jeux), proposent des jeux d'aventure dans lequel le joueur manie un avatar chien.

Illustration 26



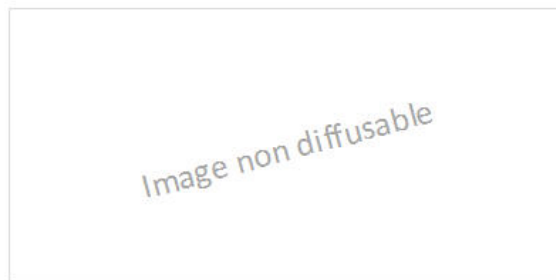
Version Game Boy color de *DogZ* (2000)

Illustration 27



Version Game Boy Advance du jeu *DogZ* (2006)

Illustration 28



Le chien avatar de la version Wii de *DogZ* (2007)

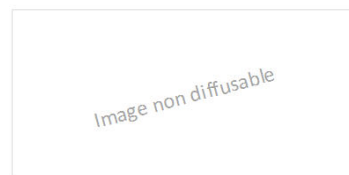
## 1. Le jeu vidéo *Dogz* (2007) sur Nintendo DS

Illustration 29



L'arrivée du chien au foyer

Illustration 30



L'arrivée du chien (premier jour)

Commençons par des précisions techniques quant aux vidéo *Dogz* (2006) sur Nintendo DS. À l'instar des jeux similaires, démarrer une partie signifie commencer une nouvelle partie (acquérir un chien) ou en charger une ancienne partie. Le résultat est qu'il est possible d'avoir simultanément trois chiots. La sauvegarde automatique se déroule une fois l'avatar enfant couché mais l'opération peut être effectuée à tout moment. Selon des critiques de la presse du jeu vidéo en ligne, les capacités de la Nintendo DS ne sont pas réellement sollicitées. « Ainsi vous ne serez pas étonné d'apprendre que les deux écrans de la console ne sont que très peu utilisés [...] les possibilités semblent bien plus limitées que dans *Nintendogs*, le soft ayant même beaucoup de mal à reconnaître vos injonctions »<sup>792</sup>. Quant aux graphismes, ils ont été jugés Kawaii par certains, pixélisés par d'autres. Quant à la prise en main, ce jeu se joue au stylet et boutons. Le micro est utilisable mais de mauvaise facture. L'écran du haut de la console affiche le jour et l'heure, l'espace domestique vu de l'extérieur, ainsi que la

<sup>792</sup> Le test du jeu *Dogz*, le 18/04/2007 sur <http://www.jeuxvideo.com/articles/0000/00007561-dogz-test.htm>.

fonctionnalité. Le Bouton A permet d'appeler le chien, B permet de courir, parce que comme le montre la deuxième image, il y a parfois urgence. L'écran tactile du bas (tactile) et les boutons donnent l'accès au menu Start (le statut du chien, la sauvegarde, le journal, les options), au micro (le bouton L), à l'appareil photo (bouton X) et au chien (le bouton Y).

L'espace domestique est une maison qui se compose de plusieurs pièces. Le jeune garçon qui fait office d'avatar possède sa propre chambre dans laquelle commence et se conclut chaque journée : lever à 6 h, coucher à 21h. Elle se compose d'un poster de chien situé au-dessus du lit, un bureau de travail, des meubles et étagères vides (à remplir avec les objets et récompenses amassées) et d'un placard. Ce dernier est l'endroit où l'intégralité de ce qui sera donné à l'avatar au cours du jeu sera automatiquement installée. Ce placard se divise en 3 parties : les habits, le décor (des objets d'intérieur) et les objets, eux-mêmes classés entre jouets (nounours, ballon, robots), souvenirs (les coupes, prix des courses et concours canins) et objets divers (bonzaï, masque, globe terrestre). Le salon de la famille contient une télévision, une petite bibliothèque, le coffre à jouets un sofa et le panier du chien situé à côté. Un point intéressant est que tout se trouve en bordure de l'espace si bien que le milieu est dégagé. Il existe une salle composée d'un tatami, d'une table, d'un piano, d'un aquarium et d'un bureau avec un ordinateur et de la cuisine. C'est dans cette pièce que se trouve le téléphone, le tableau récapitulatif (exemple: *Courses: expert 1; Concours: amateur; Groupes: 8 chiens*) et le meuble contenant la nourriture du chien. Le chien y est donc toujours nourri. Avec les jours, le chiot s'y rendra automatiquement, seul et remuant la queue devant le meuble. Comme le remarque le jeune avatar : « Amélie sait que sa nourriture est rangée là ». La cuisine est la pièce de prédilection de la mère. Quant au couloir, il est sans grand intérêt si ce n'est qu'après quelques jours, le chien s'y rend systématiquement pour accueillir et signaler l'arrivée du père de famille. C'est aussi le lieu d'accueil des invités lors des fêtes canines du dimanche. Demeure le jardin de la famille constitué d'herbe et de fleurs auquel il est impossible d'accéder après 18h. Sur la gauche se trouve un garage ouvert et une voiture.

Le deuxième espace du jeu est la ville dont l'ensemble est quadrillé, propre et ensoleillé. C'est le lieu de la promenade qui est accessible de 15h à 18h, plage horaire autorisée par la mère. Elle se compose d'un centre commercial (lieu des achats), d'une clinique vétérinaire (vaccination et conseils du vétérinaire), d'une animalerie (acquisition du chiot, achat et concours), d'un parc (jeu et course) et d'un fleuve. C'est le lieu de socialisation. En effet, les voisins y circulent, voire nous y attendent. Certains ne changeant pas de place, il est aisé de les repérer. En s'approchant et sélectionnant l'icône *parler*, l'avatar et le voisin échangeront

courtement. Il y sera toujours tenu les mêmes propos, le but étant d'obtenir des amis que l'on obtient en répétant la rencontre. Aller à la rencontre des voisins augmentera le nombre d'amis – un ami ayant obligatoirement un chien – que l'on croquera en ville et que nous pourrons inviter à une fête canine, par téléphone. Voici un panel d'échanges de voisins ou passants ayant accédé au rang d'amis : Une petite fille « Coucou. Je suis contente que Bob se soit fait un ami ». Une femme adulte : « Bonjour. Merci de ta gentillesse envers Honey ». Un homme adulte : « Bonjour. Merci d'être un bon ami de Sue. Elle est ravie ». Un enfant : « Salut. Tu es venu voir Momo. C'est très sympa ». Un homme adulte ne faisant pas encore partie de ma liste d'amis : « Ça roule? Choco (son chien) a besoin d'amis. Tu veux qu'on soit amis ? ». La ville est l'espace de socialisation. C'est également le lieu des concours et courses. L'animalerie organise des concours de dressage, échelonné en plusieurs niveaux. En une minute, il s'agira - aux yeux du voisinage réuni – de faire exécuter des ordres au chiot. La qualité de son poil est également décisif d'où la nécessité de le brosser régulièrement. Quant au parc, il propose des courses d'obstacles, sous forme d'entraînement et de compétition. C'est la seule zone de la ville où le chiot peut déambuler sans laisse. Une surface sableuse est destinée au lancer de frisbee et de la balle. Enfin, la ville est l'espace du commerce, ceux de la mère et ceux pour le chien (laisse, nourriture). Les achats sont d'ailleurs limités à une chose par jour, ce qui désole l'avatar : « J'aimerais bien faire du shopping plus souvent. La prochaine fois, peut-être ».

Après l'espace spatial du jeu, l'espace temporel mérite de nous y attarder. Le premier point est que le temps n'est pas en temps réel et qu'il est routinier selon ce schéma Toutou-boulot-dodo. Le deuxième point est qu'il est coercitif si bien que le déroulement des journées est prescrit et intouchable. Du lundi au vendredi un même et unique déroulement s'opère : se lever (il est 6h), le petit-déjeuner, nourrir le chien, partir pour l'école (il est 8h), revenir de l'école (il est 14h30), se promener en ville (15h-18h), préparation des repas par la mère, arrivée du père, le repas de famille à heure fixe, nourrir le chiot, se coucher (21h). Le week-end propose quant à lui un léger changement. Le samedi est le jour du bain, des concours et des courses. Le dimanche est celui des fêtes canines. Le troisième point est que le jeu *Dogz* est programmé pour une durée de trente jours. Avant cette date le nombre de jours est affiché à l'écran, une fois la date atteinte, la formulation *Toujours ensemble* apparaît. Alors, le qualitatif remplace le quantitatif. Voici la cinématique du trentième jour. Les parents de l'avatar sont dans sa chambre : « Un mois s'est écoulé depuis l'arrivée d'Amélie. Vous vous êtes bien amusés ? Qu'en pense Amélie ? Comment va Amélie jusqu'ici ? Ton dressage a



rendu Amélie très futé. Elle est connue comme étant le chiot le plus futé de la ville. Ta persévérance a payé ! ». À ce moment que les parents parlent. Le père s'exprime : « Tu as fait du bon travail. Je sais que ces trente jours n'ont pas toujours été faciles. Tu as notre confiance pour prendre soin d'Amélie maintenant ». La mère renchérit : « C'est vrai ! Tu t'en occupes bien, Sébastien (nom de l'enfant). Prends bien d'Amélie, ok ? ». Réponse de l'enfant : « D'accord je serai le meilleur des maîtres ». À ce moment, le chiot arrive dans la chambre. L'enfant s'exclame : « Merci pour tout, Amélie ! ». Le scénario est ainsi limité dans le temps par l'accès à Toujours ensemble. Mais que propose-t-il durant cette étape de maturité. Est-il comparable au jeu Nintendogs?

While Nintendogs is undoubtedly a member of the virtual pet genre, Dogz feels like a hybrid of both virtual pet and RPG (role playing game). [...] Nintendogs is more about the interaction, about using the unique features of the DS system to become immersed in the experience of playing with your digital dog. Dogz has a different focus.<sup>793</sup>

Le premier choix est de sélectionner son avatar. On opte pour un garçon ou une fille de 8 ans, on choisit la couleur des vêtements, on le prénomme. Le deuxième choix est l'acquisition d'un chiot. La famille se rend à l'animalerie. Les chiots se trouvent à l'unité dans des boîtes comme ce « Teckel nain, garçon. Ce chiot est beau et son pelage magnifique ». On clique alors sur *VOIR*, le chien et l'avatar apparaissent dans une autre salle de l'animalerie en compagnie du vendeur. Il est possible de caresser le chiot avant l'acquisition. Ensuite on choisit. En cas de non satisfaction, l'employée de l'animalerie nous proposera un choix par catalogue : « Dis-moi la race et la couleur du chiot que tu veux. Il sera prêt à ta prochaine visite. Choisis le chien de tes rêves dans ce catalogue ». La réponse de l'avatar est enthousiaste : « Youpi ! Faites voir ! ». Le catalogue dont l'offre est plus fournie que l'animalerie donne la possibilité de choisir la race, le sexe et le pelage, par exemple un Bouledogue français, garçon/fille, café au lait/multi/tacheté ». Sans passer par le catalogue, le chiot sera tout de suite amené à la maison alors qu'en passant par le catalogue, il sera prêt en une semaine. Le chiot acquis, il est impossible de l'échanger. Le jeu peut commencer. Le dressage est indiscutablement le centre nerveux scénaristique du jeu: « It's not long that you're playing Dogz before you realize the true nature of the game. It's a training program for potential puppy owners ».<sup>794</sup>

Premièrement, il faut lui inculquer son nom, les ordres *assis*, *couché* et *au panier*. Ensuite,

---

<sup>793</sup> Extrait de la critique de *Dogz*, février 2007, du site IGN <http://www.ign.com/articles/2007/02/13/dogz-review>.

<sup>794</sup> Tiré de la critique de *Dogz*, février 2007, du site IGN <http://www.ign.com/articles/2007/02/13/dogz-review>.

*pas bouger, papatte, fait le beau, tourne*. La méthode est la suivante : D'une part, la répétition. C'est en multipliant les tentatives que le chiot apprend. Au départ, des points d'interrogation signalent son incompréhension. Ces derniers diminuent progressivement jusqu'à l'apprentissage définitif de l'ordre qui se matérialisera par une démonstration devant la mère, une récompense de sa part, une félicitation au chiot ainsi qu'une injonction comprise et effectuée. D'autre part, le choix entre *gronder* et *féliciter*. Le chiot ne répond pas à l'ordre, il faut le gronder. Il écoute et obéit, il faut le féliciter d'une caresse sur la tête. Dans la pratique vidéoludique, cela se concrétise ainsi : On clique. L'ordre est donné. Le chiot manifeste sa compréhension par un cœur. L'ordre est exécuté. L'avatar félicite le chiot en lui caressant le haut de la tête : « Excellent ! On est encore plus amis à présent ». Le dressage est à ce titre clairement résumé par le feuillet du jeu (p.20) : « Tu dois féliciter et gronder ton chiot. S'il fait ce que tu veux, félicite-le rapidement. S'il n'écoute pas, gronde-le. Si tu l'entraînes bien, il sera accomplir un tas de choses ». Selon la logique de *Dogz*, le dressage est garant d'amitié et d'apprentissage. Il faut répéter, gronder et féliciter : À force de temps et d'insistance le chiot apprendra. Encore faut-il y ajouter les parents qui nous répètent notre devoir (nourrir et sortir le chiot) ainsi que l'ordinateur contenant un guide de dressage dont le contenu des rubriques est le suivant :

- Mieux se connaître : Montre à ton chiot qui est le maître ! Nourris-le et lave son panier et prend bien soin de lui. Tu gagneras vite sa confiance.
- Les repas : Nourris ton chiot tous les jours ! Apprends-lui pas bouger son repas et félicite-le.
- Dressage : Le dressage d'un chiot est très important. Félicite ton chien quand il réussit. Mais gronde-le s'il fait des bêtises.
- Être propre : Procure-toi une caisse et apprend à ton chiot à s'en servir. Gronde-le s'il va au mauvais endroit. Apprends-lui des choses et il s'en souviendra.
- Relation : votre relation est primordiale ! Parle à ton chien et caresse-le pour devenir son ami ou donne-lui un jouet pour jouer avec lui. Si tu n'es pas attentionné, ton chien sera triste. Donne de l'amour à ton chien.
- Promenades : promène ton chiot ! Il va adorer que tu lui montres des choses. Dresse-le pour qu'il t'obéisse. Apprends-lui à se promener mais n'oublie pas qu'il marquera son territoire alors ne l'empêche pas.

- Autre dressage : En plus de pas bouger et faire dans la caisse, apprends-lui papatte et assis. Ne le surmène pas ou il sera frustré.
- Toilettage : Brosse-le souvent pour entretenir son pelage ! Sinon son poil va être emmêlé. Brosse-le souvent pour qu'il ait un beau poil. Le brossage détend ton chiot et vous rapproche.
- Nettoyer : Les chiots adorent être propres ! Nettoie sa niche, son panier et sa caisse. N'oublie pas ces corvées.
- Pas de stress : Un chien nerveux tombera malade. Joue avec lui et brosse-le pour le détendre. Ne laisse-pas son stress s'accumuler.

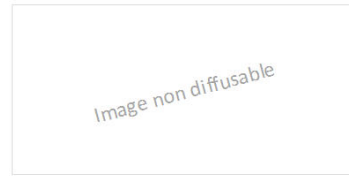
Le but revendiqué du jeu est de dresser le chien et de devenir un bon maître. À tout moment consultable, le profil du chien se divise en deux parties : son statut et le niveau de dressage. Le nombre de cœurs renseigne sur l'état de chacune des ouvertures. Car centré sur le dressage (nourrir-promener-brosser-dresser), ce jeu proposent des interactions entre le jeune avatar et le chiot qui s'y rattachent toutes. Il s'agit de corvées, d'ordres à effectuer et de leur vérification. S'ajoute la promenade quotidienne qui correspond à une chasse aux amis et à la reconnaissance du travail effectué par l'enfant (les concours). Au sein de ces ordres et de ces corvées répétés inlassablement, deux d'entre eux ressortent distinctement : le nourrir et ramasser sa crotte. Serait-ce un moyen d'endurer la patience de l'avatar et le joueur à l'acquisition d'un vrai chiot ? Nous noterons enfin l'aspect linéaire du dressage - certains ordres ne sont disponibles qu'après l'acquisition de précédents - et surtout l'aspect illogique de certains d'entre eux. Les deux exemples les plus illustratifs sont ceux de la nourriture et du panier. Pour le premier, une fois la gamelle posée sur le sol, le chien doit attendre l'ordre du jeune avatar avant d'y toucher. Pour le deuxième, le chien reçoit l'ordre d'aller au panier. Le chien y va. L'avatar le suit et le félicite. Le chiot quitte son panier ! Le guide de dressage est limpide quant à relation entre l'enfant et le chien : « Montre lui qui est le maître ».

Illustration 30



Le chien n'a pas encore compris

Illustration 31



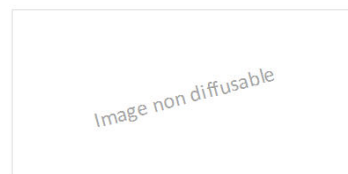
Le chien Panda obéit

Illustration 32



Le statut du chiot

Illustration 33



Le niveau de dressage du chiot

Cette centralité est confirmée par la structure du profil du chien (le niveau équivaut à la quantité de cœurs) : le statut du chien se compose de la sociabilité, de la santé, du pelage et du

stress. Le niveau de dressage, entre *La caisse*, *Pas bouger*, *Couché*, *Au panier*, *Assis*, *Papatte*, *l'autre patte*, *Dresser au pas*.

Que conclure sur ce manuel de dressage vidéoludique qu'est manifestement le jeu vidéo *Dogz*? La caractéristique du jeu la plus remarquable est que l'interaction avec le chien nécessite le passage par un menu. Dans le déroulement narratif très millimétré du jeu, tout est centré sur l'apprentissage du dressage du chiot et de son entretien. Il s'agit de responsabiliser le jeune avatar par la maîtrise corporelle et mentale sur son chiot, ce qui lui permettra d'acquérir une identité sociale au sein de son quartier et de son foyer. Le statut du chien sert en réalité de statut du maître : « *Dogz* semble donc étonnamment superficiel et aseptisé, et en un sens, vous n'aurez aucunement l'impression de vous occuper d'un vrai chien. Et c'est bien là le principal défaut du soft »<sup>795</sup>. Les chiens pixélisés de *Dogz* sont assez mignons : ils sont petits, remuent la queue, possèdent un aboiement discret. Quant à l'influence des races proposées et aux tempéraments des chiots annoncés par le vendeur à l'animalerie, elle reste en suspens. Heureusement, pour ces chiens virtuels, le deuxième Opus intitulé *Dogz 2* délaissera le dressage au profit du jeu !

---

<sup>795</sup> Tiré du test de *Dogz*, le 18.04.2007 sur : <http://www.jeuxvideo.com/recherche.php?q=dogz+>.

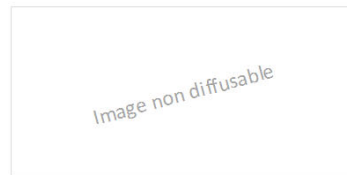
## 2. Le jeu vidéo *Dogz 2* (2007) sur Nintendo DS

Illustration 33



Les chiens SD (super deformed)

illustration 34



La ville commerciale de *Dogz 2*

Alors que pour *Dogz*, le développeur MTO avait opté pour un jeu de type gestion, le deuxième opus a été orienté vers un jeu de type « party - Game ». Et de fait, dès l'allumage de la console, *Dogz 2* se présente comme un assemblage de mini-jeux à effectuer afin d'acquérir les objets du centre commercial à ciel ouvert qui fait office d'espace urbain. Ce dernier comprend un magasin de meubles, un magasin d'électronique, une boutique d'objets divers, un magasin de jouets, une jardinerie et un square dont la fonction est d'être un réservoir à chiens. On peut y déposer le sien et en prendre un autre à tout moment. La présence d'un sapin de Noël dans le square a potentiellement la fonction d'identifier le chien à un simple cadeau de fin d'année, à disposition et échangeable (image 1). Nous survolerons donc très rapidement ce jeu dans lequel il n'est pas question de chien mais bien plus de consommation et d'aménagement. Dans *Dogz 2*, le chien est pleinement au service du logis. Il « vit sa vie en explorant sa nouvelle maison et en jouant avec les objets que vous achèterez pour décorer

vosre logis ». <sup>796</sup> Choisir un chien plutôt qu'un autre n'a aucune influence en soi sur le jeu. D'ailleurs, le premier écran qui s'affiche propose des alternatives au jeu principal : une activité de coloriage ; jouer à un mini-jeu ; consulter la liste de son mobilier.

L'action se situe dans une maison isolée qui s'agrandit et se remplit d'objets et de chiens. Aucun visage humain n'apparaît dans le jeu. Les chiens circulent à leur gré dans la maison. L'activité ludique proposée par *Dogz 2* consiste donc à participer aux mini-jeux sans rapport aux chiens – bowling, 1/2/3 soleil, hockey, poker –, à acquérir un total de 256 objets. Mon score personnel est de 180 objets, c'est-à-dire un pourcentage de 70%. Les mini-jeux même qui se situent au centre de l'activité ludique n'ont rien à voir avec les chiens en question si ce n'est que des images apparaissent sur les cartes ou d'une quelconque manière à l'écran, ceci afin d'indiquer l'évolution du mini-jeu. Par exemple, le chien manifeste un mauvais lancer de notre part par un mouvement (il se couche) et un petit couinement de déception. Les chiens ne sont donc pas acteurs mais contribuent au visuel. Ils sont une signalisation.

Le temps est sans conséquence sur le déroulement du jeu et le temps météorologique, splendide. Le jeu vidéo *Dogz 2* est un party-game et rien d'autre : « Seulement 18 jeux pour 250 objets à acheter. Je vous laisse calculer le nombre de parties de poker, d'1, 2, 3 soleil, de cache-cache ou de pouilleux qu'il va falloir jouer avec les chiens. Évidemment, il n'y a que ça à faire dans *Dogz 2*. L'ennui total, en somme ». <sup>797</sup> Les étapes sont les suivantes : aller en ville, se rendre dans un des magasins, y choisir un objet dans la liste proposée, jouer au mini-jeu et obtenir l'objet, installer ou non l'objet dans la maison. Le pourcentage d'acquisition augmente logiquement avec le nombre d'objets. <sup>798</sup> Le jeu est coupé de cinématiques tous les 20 objets supplémentaires montrant le parti pris des chiens. Par exemple, une fois l'ensemble des pièces de la maison débloqué <sup>799</sup>, l'annonce suivante apparaît : « On a bien acheté. La maison est finie. Viens on achète et continue à décorer à notre goût et nous rendrons cette pièce encore plus belle ».

En clair, pour gagner un bol de lait, une armoire ou un canapé, il faudra faire un strike au bowling, gagner une main au poker ou réussir à compléter un puzzle. Une fois les achats terminés, il suffit de rentrer à la maison et de disposer les nouveaux éléments dans chaque pièce en suivant scrupuleusement les emplacements prévus par le jeu. Le chien viendra alors inspecter la nouvelle étagère ou la jolie

---

<sup>796</sup> Tiré du test de *Dogz 2*, le 7/11/2007 sur <http://www.jeuxvideo.com/articles/0000/00008195-dogz-2-test.htm>.

<sup>797</sup> Tiré du test de *Dogz 2*, le 7/11/2007 sur <http://www.jeuxvideo.com/articles/0000/00008195-dogz-2-test.htm>.

<sup>798</sup> Mon niveau final atteint est de 70%, soit 180 objets.

<sup>799</sup> Les pièces seront accessibles, ceci parallèlement à l'acquisition d'objets.

balançoire que vous venez de gagner, puis vous serez bon pour repartir faire du shopping. Et voilà. C'est tout.<sup>800</sup>

Nous terminerons par traiter des chiens. Lorsqu'ils ne sont pas à la maison, les animaux sont au square situé au centre de la zone commerciale et sont répartis en groupe de trois ou quatre. Ils sont identifiables par la race : chihuahua, dalmatien, beagle, teckel, labrador, boxer, yorkshire, berger allemand, golden retriever, caniche, bichon maltais. Graphiquement, ils ressemblent à ceux des photographies de *Dogs* à la prééminence de la tête et de la truffe que nous avons cités dans la partie consacrée aux albums Panini. Cette monstruosité du corps sera jugé différemment par les critiques professionnelles et individuelles qui oscillent entre mignon et horrible.

Les chiens font tout de même acte de présence. Ils bougent, clignent des yeux, tournent la tête et regardent le haut de la pièce en direction du joueur par interposition de l'écran. S'ils peuvent aboyer, les chiens sont généralement silencieux. La musique du jeu les couvre. Seul, le bruit de leurs pattes sur le sol ainsi que le fait de poser le stylet sur l'écran active des sons. En cliquant sur un objet le chien le regardera ou entrera en contact. Par exemple, si je touche une chaise avec mon stylet, le chien saute dessus, y reste quelques secondes avant de retourner sur le sol. Si le chien comprend ce qu'est l'objet, une ampoule apparaît, dans le cas contraire, c'est un point d'interrogation. En outre, les chiens n'ont aucun besoin si bien qu'il est difficile d'interagir plus de quelques secondes avec le stylet : « En fait, on oublie vite que l'on doit s'occuper d'un animal de compagnie »<sup>801</sup>. Les interactions vidéoludiques avec ces chiens qui se montrent très muets sont de manière générale limitées : le brosser, le caresser une seconde ou l'appeler avec le micro. Le chien n'étant pas prénommé, le micro sert juste à lui annoncer « saute, au-revoir, patte, au pied, bonjour et qu'il est mignon ».

Alors que le site officiel du jeu évoque la personnalité des chiens et le plaisir du jeu, la réaction la plus intéressante des animaux virtuels *Super deformed* est la peur. Comme l'annonce le livret du jeu (p.12), les chiens auront peur si la place disponible entre les meubles ne leur permet plus de bouger. Ainsi, être un chien féru de mobilier ne possède donc pas que des avantages, surtout lorsque la tête est surdéveloppée. Heureusement, il existe des animaux acrobates qui loin de redouter les meubles les dominent de leur hauteur ou les détruisent de leurs griffes : les chats.

---

<sup>800</sup> Tiré du test du jeu *Dogz 2*, le 7/11/2007 sur <http://www.jeuxvideo.com/articles/0000/00008195-dogz-2-test.htm>.

<sup>801</sup> Test du jeu *Dogz 2*, le 10.12.2007, sur <http://www.gamekult.com/jeux/test-dogz-2-SU3010004210t.html>.



### 3. Le pendant félin de Dogz : *Catz*, *Catz 2* et ses concurrents

D'un point de vue strictement géométrique le chat est une figure simple. Quelques grandes lignes le définissent, une droite et une infinité de courbes qui s'articulent entre elles et se recombinent, avec la souplesse des calligrammes. Sa marche tient en un trait [...] Il est un funambule né.<sup>802</sup>

C'est ta console qui va ronronner de plaisir ! Choisis ton chaton préféré parmi plusieurs races disponibles et vivez ensemble une véritable grande amitié. Jouez ensemble, prends soin de lui, déguise-le avec des accessoires rigolos...avoir un petit chat n'a jamais été aussi amusant !<sup>803</sup>

Loin de négliger les chats, Ubisoft a sorti des jeux de gestion avec des chats virtuels : il s'agit de *Catz* (2006) et *Catz 2* (2007) sur Nintendo DS. Si l'audace intellectuelle de mêler la passion féline de Jean-Louis Hue aux créations ludiques virtuelles d'Ubisoft nous prenait, nous dirions que ces jeux vidéo permettent au joueur situé derrière l'écran de se lier à un ami funambule géométriquement simple avec lequel il est virtuellement amusant de vivre ! Après une totalité de vingt heures de jeu, confirmons-nous les ronrons de la console annoncés ? Dans le traitement de ces deux jeux, nous n'allons pas faire mention de la réception du jeu dans la presse qui insiste sur la médiocrité et le vide ludique des titres pour nous concentrer sur quelques aspects du jeu observés au cours de sa pratique. Condamné à rester dans une unique pièce, le chat virtuel de *Catz* sur Nintendo DS n'est pas un chat de gouttière. Pour démarrer le jeu, la première étape est de choisir un animal entre cinq races.

L'acquisition ne se réalise pas dans une animalerie mais au refuge SOS chats où chaque animal possède sa propre histoire. Celles-ci oscillent entre l'humour, le tragique et l'événementiel : « ce siamois a été découvert dans le coffre contenant des antiquités qui a été offert récemment au musée de la ville. Tu as envie d'offrir un foyer à ce petit trésor ? » ; « Cet Américain gris argenté a été trouvé dans le cimetière d'une église le soir d'Halloween. Bouuuuh ! Ça donne la chair de poule ! » ; « L'ancien maître de cet abyssin rouge lui a préféré un petit robot. Certaines personnes n'ont pas toute leur tête, tu ne crois pas ? » ; « Cet abyssin à la fourrure bleutée a perdu sa mère lors d'une inondation...L'histoire est triste, mais tu pourras lui donner une fin heureuse ». « Cet abyssin faon a été découvert dans le zoo de la

---

<sup>802</sup> Jean-Louis Hue, *Le chat dans tous ses états*, Paris, 1982, p. 27.

<sup>803</sup> Présentation du jeu sur le site web officiel [www.ubisoft.com](http://www.ubisoft.com).

ville, où il vivait avec les lions ! Quelle fierté de posséder un animal aussi courageux ! » ; « Cet oicicat chocolat aime se retrouver en hauteur. D'ailleurs, il était passager clandestin d'un avion ! Qui sait de quel pays exotique il est originaire ! ». Le premier point est la personnalisation des animaux à adopter. Ils ne sont pas vierges. Une fois le parcours connu, la sélection est effectuée par un rapide contact tactile avec le stylet. La confirmation s'opère ensuite par la réception d'un certificat d'adoption sur lequel figure ce texte : « Ceci certifie que Sébastien a officiellement adopté Sitou » apparaît sur l'écran du haut de la console avec une photo du chat et le nom du jeu et « Je promets de donner amour et affection à mon chat. Je promets de nourrir mon chat et de jouer avec lui. Accepter » sur l'écran du bas. Le chat arrive à sa nouvelle demeure et le jeu peut commencer... et rapidement finir.

Quelques minutes suffiront en effet pour embrasser ce jeu puisque les interactions avec le chat sont répétitives et fastidieuses, ce que l'absence de concours et de missions, ainsi que la limite de l'espace amplifie : un seul angle de vue nous donne accès visuellement à l'appartement. Il est remarquable que l'angle soit similaire à celle d'une caméra positionnée en hauteur dans un coin. Il donne l'impression d'observer le chat à l'aide d'une caméra de surveillance, d'autant plus qu'elle suit les mouvements de l'animal. Une conséquence est que le chat ne mesure pas plus de 1,5 à 2 cm sur l'écran. Pour s'en rapprocher quelques secondes, la pression d'un bouton permet de zoomer. Placé devant l'écran, la tête de l'animal recouvrira alors un tiers de l'écran sur lequel il peut se frotter. Quant à l'intérieur de l'appartement, ce dernier, meublé d'un canapé, d'une table, d'une litière, d'un aquarium, d'un grattoir et d'une litière dans laquelle il se roule, possède une fenêtre donnant sur un ciel bleu azur qui laisse le *Catz* complètement insensible ! Beaucoup plus limitées que dans *Nintendogs*, les interactions consistent simplement à remplir les jauges de besoin du chat. En cas de besoin, un PDA (une assistance électronique) est de recours. Une fois de plus, le recours à la technique est préféré à un savoir humain. En ce qui concerne la caméra, nous préciserons que le sentiment de regarder une vidéo tournant en boucle s'instaure rapidement et terminerons par ajouter que le seul défi du jeu dans lequel le chat ne grandit pas est de photographier les chats des voisins et d'obtenir par la suite la consécration de les publier dans le magazine *Catz Hebdo* ! Il nous reste à déterminer quelles sont les nouveautés apportées par le jeu *Catz 2*. Cette suite reprend les mêmes mécanismes tout en apportant des changements. Techniquement, la modélisation des chats est d'une qualité supérieure si bien que le réalisme a augmenté. Cette amélioration est retenue par la presse du jeu vidéo et les avis des joueurs postés en ligne<sup>804</sup>. Les chats

---

<sup>804</sup> Test et critiques de *Catz 2* sur : <http://www.jeuxvideo.com/avis/catz-2/19610-1-1>.

paraissent plus autonomes, ce qui augmente leur réalisme. Quant à l'interaction, le micro ayant disparu, seul le stylet de la console sera utilisable. Alors qu'il demeure impossible de laisser sortir le chat de l'appartement, une deuxième salle a été créée. Il s'agit d'une salle d'entraînement dans laquelle le chat peut perfectionner son agilité afin de gagner des rubans. Quant aux chats, en plus du rehaussement du nombre de races (treize au total), l'élargissement du panel de mouvements et sa plus grande fluidité se traduit par une plus grande décomposition de leur état : la catégorie des besoins, celle de son caractère (force - agilité - endurance - intelligence - affection) et son statut général : Selon le moment, le chat oscillera entre huit humeurs : il sera heureux, triste, courageux, peureux, bruyant, calme, nerveux ou détendu :

Heureux : N'est pas Triste. Les chatons Heureux jouent facilement. Triste : n'est pas Heureux. Les chats Tristes ne jouent pas facilement et miaulent pour avoir ton attention. Courageux : n'est pas Peureux. Les chats Courageux aiment sauter et grimper. Peureux : N'est pas Courageux. Les chatons Peureux craignent de sauter ou de grimper. Bruyant : N'est pas Calme. Les chatons bruyants miaulent pour attirer l'attention. Calme : N'est pas Bruyant. Les chatons calmes sont satisfaits et ne miaulent pas pour attirer l'attention. Nerveux : N'est pas Détendu. Les chatons nerveux bougent sans arrêt et il est difficile d'avoir leur attention. Détendu : N'est pas nerveux. Les chatons Détendus aiment s'occuper avec des jeux ». [texte du jeu]

En résumé, ces quelques améliorations - notamment le graphisme et l'animation du chat - ont donné un réalisme plus poussé aux animaux. La présence de phylactères contenant des icônes sélectionnables dans le jeu grâce auxquels le joueur peut tout de suite répondre aux demandes du chat, aboutit à une simplification de la communication. Ces phylactères offre la possibilité d'anticiper les envies et besoins du chat. En même temps, elle désintègre l'unité de l'animal parce qu'elle extériorise son intériorité qu'elle détache de son corps. Le plus troublant est que nombre de ces jeux dédouble les animaux avec sur un écran l'animal et sur l'autre, un visage ou un corps associé à des icônes. Une des conséquences est que la prise de connaissance de l'intérieur de l'animal invite à consulter ce détachement (icône, phylactère) et non l'animal. Pour rendre son chat heureux et lui permettre de forger son caractère, encore ne faudra-t-il pas omettre le recours aux jouets, la nourriture et aux accessoires ! En résumé, « Catz 2 est la solution idéale pour qui veut adopter un chat sans risquer d'attraper la Toxoplasmose. Plus sérieusement, malgré ses défauts, le jeu montre une réelle évolution depuis le premier volet et

prouve qu'il est possible de s'amuser avec un chat virtuel »<sup>805</sup>.

Pour conclure ces quelques mots sur les jeux vidéo de simulation féline, il est important de citer le jeu vidéo *Catz academy* (Purr Pals) en provenance des États-Unis (ThQ, Brain Toys) sorti en 2007. Dans ce jeu, un pistolet à eau est mis à disposition afin d'agacer le chat virtuel (illustration 4) si bien que l'attaque et la provocation de la part du joueur est une interaction au programme. Excepté cela, le jeu se base sur les mêmes interactions que celles des jeux vidéo apparentés : Il s'agit de toilettage chronométré (illustration 2), du nettoyage de la litière, de l'alimentation, de jeux communs sous les conseils avisés d'une vétérinaire (illustration 1). Quelques mini-jeux sont présents - *Catz academy* permet de faire chanter/miauler les chatons dans une chorale - ainsi que les concours auxquels le joueur doit participer pour gagner de l'argent. Ces derniers, contrairement à *Nintendogs*, jugent non le dressage mais davantage le bien-être du chat virtuel puisque c'est la manière dont le joueur s'est occupé de lui sur une période de un à cinq qui est évaluée. En rapport direct à son bien-être, nous noterons que ce jeu vidéo est sponsorisé par Purina, le nom apparaissant très distinctement dans le magasin !

Illustrations 35

Illustration 36

Illustration 37



Captures d'écran de *Catz academy*, Nintendo DS (2007)

Le jeu vidéo *Catz academy* édité et développé par des concurrents d'Ubisoft pour les consoles Wii et Nintendo DS est une simulation supplémentaire sans originalité si ce n'est la possibilité

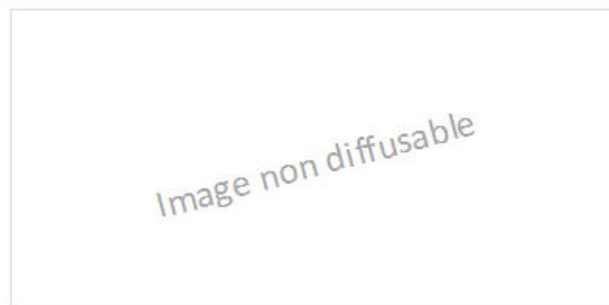
---

<sup>805</sup> Test du jeu *Catz 2* sur : <http://www.jeuxvideo.com/articles/0000/00008398-catz-2-test.htm>.

de déranger le chat virtuel avec le pistolet ou le jouet camion ! Une fois encore, le chat virtuel du jeu se montre très éloigné des chatons de la pochette. Nous répondons à une critique d'un joueur déçu de *catz academy* – « En conclusion, si vous aimez les chiens offrez-vous Nintendogs et si vous adorez les chats, prenez le temps de regarder un calendrier des PTT... »<sup>806</sup> – en affirmant que seulement onze ans après, le « réalisme » visuel des chatons de *Nintendogs + cats* tend à se rapprocher au plus près des photographies de chatons vivants de la couverture du jeu *Catz Academy*. En effet, entre le chat virtuel du jeu vidéo *Catz* (2000) sorti sur console Game boy color et le jeu *Nintendogs + cats* (2011) sur Nintendo 3DS, le chat virtuel (portable) a gagné en réalisme.

### **L'évolution graphique du chat virtuel (2000 - 2011) : du Pixel au « réalisme »**

#### Illustration 38



*Catz*, Game boy color (2000)

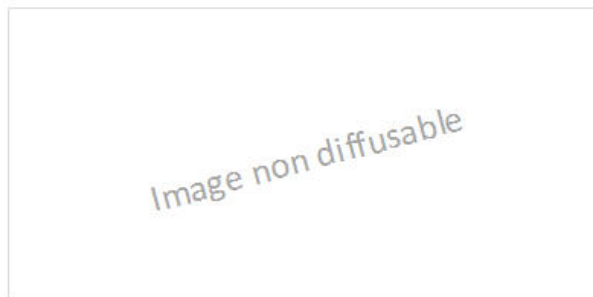
---

<sup>806</sup> Alragan, note 10/20, 31.10.2007.

Illustration 39-41

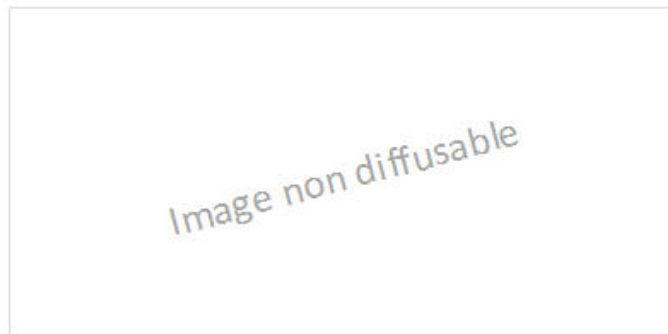


*Catz*, Game boy color (2000)



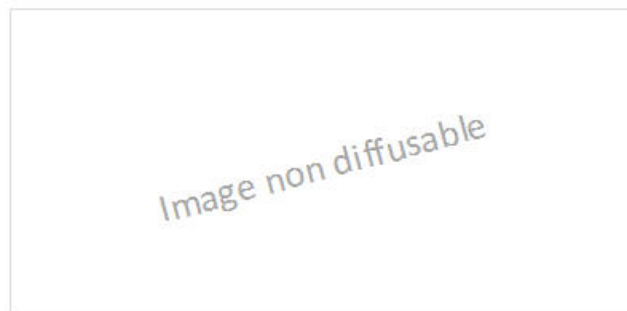
*Catz*, Game boy advance (2006)

Illustration 42



Le jeu vidéo *Les Sims 3 Animaux et compagnie* sur PC (2011)

Illustration 43



*Un chat de Nintendogs + cats*, Nintendo 3DS (2011)

#### 4. Des animaux pouponnés

Le chat domestique, en sa qualité d'animal qui ronronne pour notre grande satisfaction, nous permet d'introduire deux autres aspects principaux : la famille et l'infantilisation. Chez Ubisoft, l'année 2009 a été placée sous le signe de la famille : « Crée ta propre famille d'adorables petits chiots, et regarde-les grandir et développer leur personnalité ! Habille-les, joue avec eux et fais-leur rencontrer les animaux de tes amis pour avoir des bébés uniques »<sup>807</sup>. Accoupler des chiots de races pour fonder des familles composées d'un chiot unique c'est-à-dire un croisé.

Les espèces animales s'additionnent et les titres s'accumulent. Pour reprendre une célèbre formule du jeu de cartes des sept familles nous pourrions dire : « Dans la série de jeux *Petz ma famille* je voudrais... » un chaton, un chiot, un hamster, un singe, un poulain ou encore un panda. En rapport à *Petz ma famille de chiots* (PSP, Nintendo DS), après avoir surmonté l'étonnement de constater que des chiots peuvent donner naissance à d'autres chiots, ce jeu se démarque du reste par un choix de races plus important au départ, par la possibilité donnée et par l'objectif de créer une famille en mettant deux individus ensemble. Pour ce faire, il faut emmener le chien au parc ou bien le mettre en contact wifi avec le potentiel partenaire d'une autre console. Cette série se démarque surtout par la médiocrité de la jouabilité (mouvements de caméras, laideur des graphismes et des animations etc.), ce qui confirme par l'émoticône rouge des relations entre les animaux. La portée des jeux est mince.

Dans son engouement, Ubisoft a également axé sa franchise sur le soin parental des animaux et la « bébéisation » des animaux. Dans les jeux vidéo *Petz Nursery 1* (2009), *Petz Nursery 2*, *Petz le jardin d'animaux* (2009) d'Ubisoft ou *À la découverte des bébés animaux* (2009) développé chez un concurrent, l'objectif est de s'occuper de nouveau-nés animaux de différentes espèces - donner le biberon, chanter une berceuse, effectuer un parcours de motricité - afin de leur permettre de grandir. Ces jeux vidéo dans lesquels le joueur s'occupe d'animaux nouveau-nés adorables - il s'agit d'une accentuation du graphisme mignon des chiots et chatons habituels - se distingue surtout par la présence commune d'espèces animales.

---

<sup>807</sup> Extrait du site officiel [www.ubisoft.com](http://www.ubisoft.com).



Illustration 44

Illustration 45

Illustration 46



Le copier-coller : *Petz ma famille de singes* (gauche), *poulains* (milieu), *chiots* (droite) sur Nintendo DS (2009)

Dans *Petz Nursery* (2009) qui est aux dires du site officiel d'ubisoft le jeu le plus craquant de la gamme « une fois les soins pour animaux domestiques appris, le joueur pourra s'occuper d'animaux exotiques comme des bébés pandas, léopards ou ours polaires ». Il est ainsi question d'amitié et de complicité inter-espèces « Plusieurs espèces super craquantes pourront jouer ensemble comme un chiot et un ourson polaire », « des moments drôles en perspectives lorsqu'ils tomberont d'une table à cause de leur maladresse ou s'endormiront dans un panier de linge propre ».

Ces jeux vidéo mettent en interaction un rapport de pur pouponnage : donner le biberon (illustration 48), prendre dans les bras, cajoler etc. Il est nécessaire de préciser que ces interactions se déroulent dans un appartement et une chambre d'enfants (illustration 49). Nous découvrons là, une extension des représentations animales présentes dans la littérature de jeunesse, la presse, les peluches, le documentaire animalier de jeunesse (ex : la série de documentaire animalier « Nous, les bébés animaux ») traitées dans les chapitres précédents auxquelles il faudrait ajouter les vidéos circulant sur Internet.

Illustration 48

Illustration 49



Le jeu vidéo *Petz Jardin d'animaux* sur Nintendo DS (2009)

Il serait imprudent de penser que ces jeux vidéo centrés sur les bébés animaux se concentrent uniquement sur des animaux mignons aux allures de peluches attendrissantes puisque la consultation des jeux en ligne de Nintendo fait apparaître *101 dolphins pets* et *101 shark pets* dans lesquels le joueur peut câliner, habiller, brosser et nourrir ces animaux marins dans une piscine. Quant au Japon, citons *Mame Goma*, un jeu de simulation très kawaii avec des mini-phoques vivant dans des minuscules aquarium !

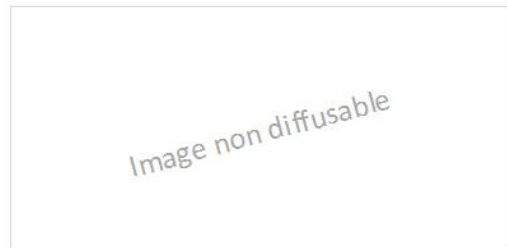
Enfin, pour les non-initiés, afin de montrer que ces jeux parentaux avec animaux se rattachent parallèlement à l'augmentation de l'offre de jeux vidéo de simulation de bébés humains et d'enfants destinée aux jeunes filles, nous précisons que l'interaction avec les bébés appartient au catalogue de la Nintendo DS : *Petite maman* (2008), *My baby girl/boy* (2008), *Léa passion baby Sitter* (2008), *Léa passion bébés 3D* (2012), *Léa passion bébés* (2007), etc. À notre connaissance, cette féminisation des jeux vidéo ne s'est malheureusement pas concrétisée par un jeu de simulation *Alien* sur Nintendo DS dans lequel le sergent Ripley s'occupe de Jones !

Illustration 50



*Le jeu 101 shark Pets Nintendo DSi, (2010)*

Illustration 51



*Léa passion bébés sur Nintendo DS (2007)*

## 5. Les PetZ engagés: les lapins *Bunnyz* et les *HamsterZ*

Pour nous, le lapin, outre son impact sexuel (masculin), évoque non la lâcheté, la couardise du lièvre, mais la gentillesse muette, l'affection passive, la propreté de sa toilette, la vigilance de son oreille aux aguets, la promptitude de ses réactions, voire la naïve candeur de sa vie au milieu des champs et des choux, et, par-dessus tout, la douceur et le moelleux de sa fourrure. C'est bien là ce que recherchent le plus profondément les enfants qui, d'après un sondage récent, préfèrent nettement le lapin au nounours, parfois même au toutou, en raison de l'incomparable contact soyeux et tiède de cette fourrure vivante et domestique.<sup>808</sup>

### 5.1. Le lapin virtuel de compagnie (virtuelle)

Après les chiens de *Dogz*, les chats de *Catz* et les *HamsterZ* de la série *Petz* d'ubisoft, une autre déclinaison sortie en mars 2008 en France est le jeu vidéo *Bunnyz* qui comme son nom l'indique propose un lapin de compagnie. De nouveau, la présence de photographies d'animaux vivants sur la jaquette du jeu est à signaler : un attendrissant lapin de couleur beige est positionné au centre, entouré de 3 autres lapins et d'une corbeille de fleurs fraîches. Le cadre est naturel et printanier avec le ciel bleu, un arbre, une herbe verte ainsi que des pâquerettes en premier plan. L'arrière de la jaquette est quant à lui plus recentré sur le jeu puisqu'en plus de la présence d'un lapin vivant sur la gauche, les possibilités offertes par *Bunnyz* et quatre images renseignent sur le contenu concret du jeu. Visuellement, la jaquette introduit l'animal virtuel par l'animal vivant puisque le sens de la lecture visuelle nous fait évoluer du lapin vivant (jaquette avant, gauche de la jaquette arrière) au lapin virtuel situé en bout de parcours. Le lapin de *Petz* confirmerait-il l'incomparable contact soyeux et tiède de cette fourrure vivante et tiède ?

Sur le site officiel du jeu, les informations délivrées sont assimilables à un mode d'emploi. Les caractéristiques classiques d'un jeu *Petz* y sont présentées : le choix entre quatre races de lapin, les options de l'interaction avec l'animal (brosser, nettoyer, porter), les objectifs (récupérer des jouets, des accessoires, des décors et de la nourriture), le menu du statut du lapin (le nom, la race, le temps passé ensemble, la propreté, l'appétit etc.) et les diverses spécificités du jeu comme la connexion possible à d'autres consoles. En résumé, le site

---

<sup>808</sup> Robert Delort, *Les animaux ont une histoire*, Paris, 1984, p. 302.

officiel renseigne le joueur sur la structure du jeu, sur les buts à atteindre - « Veille à la santé, au bien-être et au confort de ces petites boules de fourrure » - en même temps qu'il le rassure dans son choix : « Le bélier laineux américain adore être entouré et cajolé, le mini-Rex est timide et très câlin, le nain néerlandais est sociable aimable et dynamique, le bélier hollandais est réputé adorable ». Enfin, la carotte sur le gâteau est que les lapins parlent. En effet, dans *Bunnyz*, les lapins ne donnent pas leurs langues aux chats. Ils sont très bavards. Comme me l'a répondu mon lapin Janot après plusieurs heures de jeu : « Je suis un lapin mais pas un crétin »<sup>809</sup>.

### Les lapins virtuels ont la parole

Cette spécificité du jeu qui s'opère par un jeu - le joueur doit rapidement pointer avec son stylet des bulles contenant des lettres au rythme de leur l'apparition afin de reconstituer les mots a été jugée négativement dans les tests de *Bunnyz* des deux sites de jeux vidéo en ligne consultés. Pour Gamekult, « L'originalité du jeu, qui tient dans la possibilité d'apprendre le langage aux lapins, se révèle d'ailleurs plutôt un cauchemar qu'autre chose, tant les propos de ces animaux paraissent complètement dénués de toute logique »<sup>810</sup>. Pour le site jeuxvidéo.com, la définition du jeu dans son ensemble est problématique « Comment qualifier ce *Bunnyz* ? Une simulation d'élevage de rongeurs bavards ? Un ensemble de mini-jeux poussifs ? Une aide à l'apprentissage de l'écriture ? Un exercice zen visant à adopter la vie calme et équilibrée du lapin ? »<sup>811</sup>.

Après un temps de jeu de de vingt-trois heures, durant lequel Janot lapins n'a cessé de se placer sur les deux pattes arrières et de bouger la bouche afin d'articuler les mots, la liste de salutations apprises par mon lapin Janot est la suivante : *bonjour - salut - bonsoir - je veux te dire quelque chose - c'était quoi - au revoir - merci ! - bravo ! - on mange ? - j'ai fini - bienvenue - je m'en vais- je suis là ! - pardon - bonne nuit - Ça fait un bail ! - Joue avec moi - je m'ennuie - laisse -moi - j'ai soif - J'ai faim - délicieux ! - Je suis triste - On s'amuse bien - je suis sur les nerfs - Hum, c'est bon - Je suis content - je suis fier - ça va* etc. Cette liste, déjà exhaustive pour un lapin virtuel nous amène à plusieurs remarques. La première est la rapidité de l'apprentissage puisque la moitié de la liste fut atteinte après une heure trente de jeu. La

---

<sup>809</sup> Cette affirmation de Janot nous permet de préciser que les lapins les plus célèbres du jeu vidéo sont *Les lapins crétiens*, dans un tout autre registre, de ce même Ubisoft.

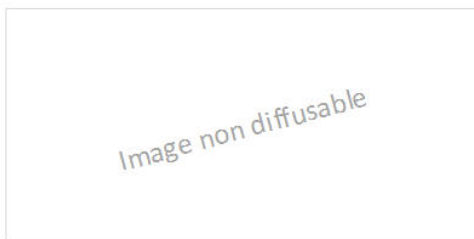
<sup>810</sup> Test de *Bunnyz* sur : <https://www.gamekult.com/jeux/bunnyz-84882/test.html>.

<sup>811</sup> Test de *Bunnyz* sur : <http://www.jeuxvideo.com/jeux/nintendo-ds/00021121-bunnyz.htm>.

deuxième remarque est que cet apprentissage - un jeu éducatif pour l'enfant joueur - est utilisé sans aucune logique et de manière très intensive. La troisième remarque est l'absence de voix, les mots apparaissant dans des phylactères. Ensuite, en plus des salutations, les lapins s'expriment de manière quasi ininterrompue sur d'autres sujets : il nous renseigne sur les astres et les groupes sanguins (« Ton horoscope du jour : Plutôt bon ! Tu vas battre des records en sport ! » ; Les personnes du groupe A sont réputées pour leur gentillesse et leur lucidité »), sur ses envies culinaires (« donne-moi trèfle ; j'ai des envies de pissenlit »), sur ses intérêts sportifs et sentimentaux (« Hé ! Écoute-moi ! J'aime le rugby. Mais je n'ai pas la carrure ! » ; « Cet après-midi je vais faire du jogging », Hé ! Écoute-moi ! J'ai envie d'avoir une histoire d'amour »). Il commente ce qu'il vient de faire, nous renseigne sur certaines incapacités corporelles - « J'arrive pas à me gratter le dos » -, nous annonce qu'il a froid, faim ou sommeil etc. La catégorie la plus intéressante commence par « Que dois-je dire lorsque... ? ». Elle correspond à ce que le livret de la boîte de jeu annonce être l'objectif du jeu : Car les lapins sont dans l'incapacité d'exprimer leurs émotions, il nous sollicite afin qu'on le lui apprenne (« ...lorsque je m'ennuie / lorsqu'on me câline / lorsqu'on s'amuse bien »). De surcroît, le lapin s'adresse directement à l'enfant joueur situé de l'autre côté de l'écran : il lui demande s'il aime les friandises, s'il a rangé sa chambre ou s'il a révisé ses leçons.

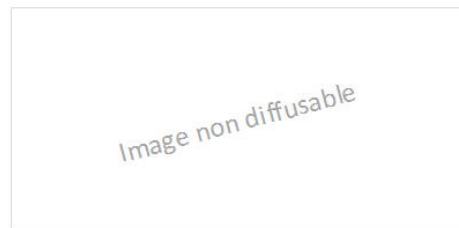
En résumé, excepté les quelques affirmations en rapport direct avec la situation, les raisonnements des lapins sont plus acrobatiques que logiques et infirment drastiquement « la gentillesse muette » des lapins selon Robert Delort ! Tout de même, il est important de noter que c'est le lapin qui permet de jouer aux mini-jeux et non le joueur, brisant la monotonie ambiante et le bavardage des lapins. Ces mini-jeux, qui à l'instar des propos des lapins sont sans rapport avec eux (football, hockey, course) permettent d'acquérir ce dont les lapins ont besoin : « Lorsqu'ils veulent jouer avec toi, les lapins disent « Joue avec moi ! ». Tu peux obtenir des objets variés dans les mini-jeux. Joue et récupère plein d'objets ! » (Le didactique du jeu).

Illustration 52



L'esthétique très Kawaii

Illustration 53



Poupi est un lapin (virtuel) ordinaire

### Les interactions avec les lapins

Si les propos incessants du lapin se distancent radicalement de notre représentation d'un lapin de compagnie classique, que pensez dès lors des jouets qui sont à la disposition de sa fièvre ludique: pièce lapin, cerceau, ballon de foot, ballon de plage, tonneau, ballon, baguette lapin, montagnes russes, toboggan, piano, trampoline, jet, barre de gym, tableau lapin, parachutisme ! S'éloignant du lapin vivant de la jaquette du jeu vidéo, les lapins de Bunnyz se rapprochent des lapins de dessins animés, de bande dessinée ou de littérature de jeunesse dans le panel d'actions. Dans les notes données au jeu par les internautes, cette tension entre l'animal vivant et le lapin du jeu s'exprime vivement : « Je rêve d'avoir un lapin depuis des années, maintenant j'en ai 1, mais virtuel ...mais le mieux dans ce jeux on peut tous choisir! cage, lapin.... » (Horse1000, le 16/08/2010, note globale : 19/20) ; « c'est répétitif. Et puis des lapins qui parle et apprennent des mots, on aura tout vu ! Sinon ce qui est bien c'est les graphismes et les lapins sont mignons mais c'est tout » (Pouppie25, le 21/07/2009, note : 12/20) ; « J'ai un lapin dans la réalité c'est un peu mieux que les lapins en pixel. Sauf que le vrai lapin ne fais pas un super looping en montagne russe à travers la cage. Et il ne fait pas de

parachutisme ! (LOL) » (Miss-cheval, le 05/05/2008, note : 15/20)<sup>812</sup>.

Le lapin virtuel se doit d'être conforme à l'animal vivant - être mignon et non parlant - mais gagne en estime grâce à ses plus grandes capacités. Cette logique de jeu concerne également les accessoires du lapin, le choix nous propose une couronne, un béret, un chapeau tricoté, plusieurs sortes de lunettes, des rubans, des boucles d'oreille etc. Les interactions avec les lapins, en dehors des jeux et des mini-jeux, sont classiques : il s'agit de le tenir dans la main, de le brosser, de nettoyer la cage, de le laisser sortir de sa cage, de le caresser, de le nourrir. Le résultat d'ensemble est que l'interaction avec les lapins paraît binaire, voire schizophrène. D'un côté, le lapin revêt un costume de « Surlapin » lorsqu'il parle, fait du parachutisme et joue au piano en terminant par un sourire de satisfaction et de l'autre, c'est un lapin vivant et se rapprochant du vivant : la présence de races existantes, le réalisme du corps dans quelques mouvements, le gonflement de sa cage thoracique qui lui permet de respirer, la normalité de son alimentation, son maintien ou emprisonnement dans une cage etc. Ma longue pratique du jeu m'a par exemple permis de découvrir qu'à la 15 heures de jeu, le lapin passe à l'âge adulte. Parallèlement, le changement de la décoration de la cage (style asiatique, en pierre, moderne) ou le port de boucles d'oreille n'influencent nullement les actions du lapin. Quant à la différence entre les races de lapins, elle est tout simplement invisible. À tout moment, il est d'ailleurs possible de les échanger. Le joueur ne peut s'occuper que d'un lapin à la fois.

Tu peux accueillir un nouveau lapin à tout moment ! Je garderai tes autres lapins mais je ne peux en garder que 6 à la fois ; tu devras en envoyer à la ferme si tu souhaites avoir plus de 6 nouveaux lapins. Les lapins envoyés à la ferme ne pourront plus jamais jouer avec toi, alors réfléchis bien avant de t'en défaire. À tout moment, tu peux échanger les lapins sous ma garde en touchant « Échanger contre lapin en visite ». [le didactique du jeu].

---

<sup>812</sup> Critiques de joueurs disponibles sur <http://www.jeuxvideo.com/articles/0000/00008999-bunnyz-test.htm>.



## 5.2. Les hamsters de *PetZ* : la roue virtuelle de l'infortune

### Illustration 54



*PetZ HamsterZ* sur Nintendo DS, (2007)

La vie virtuelle n'est pas toujours synonyme de gaieté pour les hamsters

À tourner la roue des jeux vidéo, on y observe la présence de hamsters. À titre d'exemple, citons les nombreuses déclinaisons du dessin animé japonais de type kawaii *Hamtaro*, les jeux vidéo de simulation animale tels que les jeux japonais *Hana deka Club : les grosses truffes* (Nintendo DS, 2007) et *Brilliant Hamsters* (Nintendo 3DS, 2014), les jeux vidéo de plateforme / de course dans lesquels on dirige un avatar hamster encapsulé dans une boule tels que *Ike ! Ike !! Hamster* (Nintendo DS, 2010), *Hamsterball Unleashed* (Playstation 3, 2010) ou *Habitrail Hamster Ball* (PC/ Playstation 2, 2004). Cela signifie que le hamster disponible dans des jeux de simulation animale de la série *PetZ* n'est pas le premier acteur vidéoludique de ce rongeur de compagnie. Dans *HamsterZ* (2007), contrairement aux lapins de *BunnyZ*, le hamster n'est pas doté de la parole. Les animaux virtuels tournent dans une roue verte installée dans une cage dont la couleur contraste avec le gris de l'appartement. Cette représentation affligeante des hamsters virtuels de compagnie est contrebalancée par le jeu *PetZ HamsterZ superstars* (2009) qui combine la simulation de vie à l'accomplissement

sportif et médiatique des animaux, ce qui se détache de la réalité de la fonction d'animal de compagnie du hamster ! Heureusement, le skate et le frisbee sont également vendus avec des partenaires virtuels canins.

Illustration 55



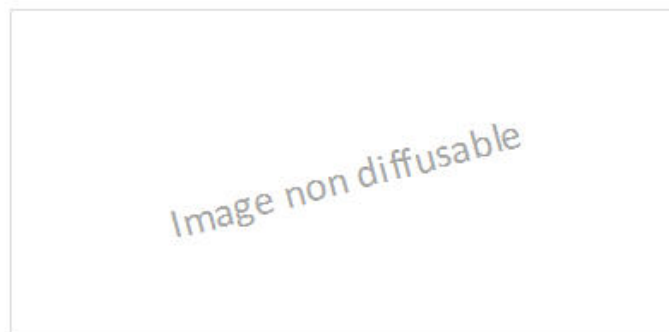
La couverture du jeu *HamsterZ SuperstarZ* (2009)

Illustration 56



La couverture de *Petz Dog Superstar* (2010)

Illustration 57



La performance physique d'un chiot dans le jeu vidéo *Petz Sports, chiots et compagnie* Wii (2008)

Ce tournant sportif des PetZ est confirmé par le jeu vidéo *Petz sportz : chiots et compagnie* sorti en 2008 sur console Wii. Celui-ci combine la gestion (l'adoption d'un chien et la

satisfaction de ses besoins, customisation) avec un intense entraînement sportif : saut à la corde, course, équilibre : « 22 tours peuvent lui être enseignés comme la danse ou la tornade. 36 courses d'agilité sont aussi disponibles et rien ne vous empêche de défier ensuite les chiens de trois de vos amis en multijoueur ». <sup>813</sup>

## 6. PetZ ou l'adolescence au secours des animaux de la nature sauvage

Le domptage des fauves qui remplace en fait les combats et qui se développe parallèlement à la colonisation, dit bien la résolution de maîtriser et d'asservir le sauvage pour l'intégrer à la civilisation. Paradoxalement, dressage et domptage participent au changement d'image des animaux sauvages entre XIXe et XXe siècle, en remplaçant leur statut de bêtes féroces ou curieuses par celui de singes de l'homme ou de clowns qu'on applaudit et qui semblent proches. <sup>814</sup>

### 6.1. Le jeu *Le cirque des Tigres* (2008)

Dans le jeu *Le cirque des tigres* d'Ubisoft de visuel cartoon sorti en 2008, les principes des jeux vidéo que nous analysons ont été appliqués au monde du cirque et ses animaux, à savoir deux tigres, un lion danseur de hip-hop, un éléphant adepte du trampoline, un ours équilibriste, un singe danseur, un chat équilibriste et un chien assis sur un monocycle. Ubisoft nous propose de nous occuper, c'est-à-dire de nourrir, laver, soigner, jouer, câliner et surtout accomplir un mini-jeu qui consiste à dresser des animaux artistes en difficulté ! Ces bêtes sauvages et domestiques se rattachent à un registre comique, ce que le dessin de type cartoon amplifie. Le rapprochement visuel au dessin animé est évident. Sans nous attarder sur *Le cirque des tigres* dont le contenu, nous le répétons, n'est en rien original, nous précisons les points suivants : Premièrement, le registre comique des animaux, des dresseurs et de leurs numéros d'artiste et par conséquent la dénégation de l'envers du décor réel du cirque que les associations de protection dénoncent depuis plusieurs décennies. De même, la mise en scène de la domination verbale et physique de l'humain est absente. Deuxièmement, la présence

<sup>813</sup> Extrait du test sur : <http://www.jeuxvideo.com/jeux/wii/00025871-petz-sports-chiots-compagnie.htm>.

<sup>814</sup> Éric Baratay, *Et l'Homme créa l'animal*, Paris, 2003, p. 295.

d'un chien et d'un chat au milieu d'espèces exotiques dans un monde du spectacle duquel ils avaient disparu. Troisièmement, l'adaptabilité des principes d'interaction avec un animal de compagnie à deux tigres ! Quatrièmement, le rapprochement par les scénaristes de ce jeu entre le cirque et la protection de la nature. En effet, le scénario qui nous amène à devenir un grand dresseur afin de sauver financièrement le centre familial de dressage se structure en deux étapes. Tout d'abord, Il nous faut nous lier d'amitié avec les deux tigres grâce aux interactions de base, leur faire accomplir un numéro et aider les autres animaux à réaliser leurs numéros. Ensuite, avec l'argent amassé, le rêve d'ouvrir une grande réserve pour protéger ses animaux préférés pourra enfin se réaliser.

Illustration 58

Illustration 59



un chat bipède de cirque



un chien cycliste

Ainsi, *Le cirque des tigres* (2008), en reprenant les principes d'interaction de jeux avec des animaux de compagnie de jeux, nous invite à dresser des animaux afin de sauver un centre de dressage et d'ouvrir une réserve, et ce, pour câliner davantage. Les animaux de cirque ont ainsi pour vocation de devenir des symboles de la protection des espèces menacées. En plus de jeux vidéo de safari, de parcs zoologiques et de protection de la nature, ce jeu vidéo de dressage se rallie à la cause. Il va de soi que cet objectif ultime du jeu qui n'influe strictement

en rien sur son contenu est mis en avant dans sa promotion (publicitaire). « Attention : vous devez absolument prendre le plus grand soin de vos petits protégés, faute de quoi la ligue de protection des animaux pourraient embarquer. Pour les récupérer, vous devrez alors déboursier une petite fortune ! »<sup>815</sup>. La figure d'équilibriste des animaux est symboliquement fort.

## 6.2. Les jeux de dauphins : *L'île aux dauphins* et *Mon ami le dauphin 2*

La monture mythique la plus populaire de « l'âge écologique » - le nôtre - est bien le dauphin, véritable porte-étendard de nombre de ces causes. La pollution des océans qui menace gravement son avenir - et celui des autres cétacés - est un argument fort pour obtenir la création d'une zone de protection de l'espace océanique, comme me l'a fait comprendre Pierre Beaubrun, cétologue spécialiste de la Méditerranée.<sup>816</sup>

Après le jeu vidéo à succès *Ecco The Dolphin* (1992), les dauphins se retrouvent de nouveau associés à l'écologie, cette fois dans un tout autre registre. Alors que le joueur dirigeait le dauphin dans ses périples, le joueur de *L'île aux dauphins* sorti sur Nintendo Ds nous met dans la peau de deux adolescents envoyés chez leur oncle qui est propriétaire d'un parc situé sur une île tropicale paradisiaque. Des titres tels que l'île aux requins ou l'île aux crabes auraient renvoyé à un autre imaginaire ! C'est donc en phase à l'utilisation du dauphin dans des causes écologiques existantes qu'Ubisoft se positionne. Ce jeu dans lequel on retrouve des mini-jeux de soins et de nourriture ne s'est pas concentré sur le contact tactile avec les animaux. Le stylet de la console ne sert donc pas de main pour caresser les dauphins, orques, tortues de mer et requins. Le statut des animaux - divisé entre 1. En santé, 2. Moral et 3. Dressage - se concentre surtout sur le dressage. C'est en effectuant ce dernier que le moral des animaux remonte ! Ce jeu se présente comme un jeu vidéo de gestion : Les deux adolescents qui deviennent dresseurs ont pour mission de mettre en place un spectacle, et pour ce, de repeupler le parc. Comme dans *Le cirque des Tigres*, une initiation professionnelle est à la clé. Lors de la vingt-quatrième mission intitulée La révélation<sup>817</sup>, la vétérinaire du parc annonce à

---

<sup>815</sup> Le site officiel de la série Petz d'Ubisoft <http://petz.fr.ubi.com/>.

<sup>816</sup> Emmanuel Gouabault, *La résurgence contemporaine du symbole du dauphin* [Approche socio-anthropologique], Thèse, Université Montpellier 3, 2006, p. 353.

<sup>817</sup> Le jeu compte un total de trente missions. Une mission équivaut à un jour.

un des adolescents : « Tu sais leur parler, les toucher, les mettre en confiance si bien que vous travaillez avec les animaux dans le respect et le partage ». Dès le premier jour, les mises en garde avaient été faites : « Les animaux ne se dressent pas à coups de bâton. Seul un idiot pourrait penser cela. Ils ne se dressent que par le jeu, la récompense et l'affection ». Enfin, nous terminons en signalant que derrière la caricature des personnages et des situations, *L'île aux dauphins* informe le joueur de la pollution réelle des mers et océans : dégazage sauvage, pollution au plastique et des déchets humains, la pêche intensive, catastrophes naturelles. Ce message écologique doit néanmoins être relativisé : sauver les animaux en danger signifie les ramener au parc afin de les mettre dans des enclos où les interactions entre le joueur et les animaux a lieu !

Malheureusement, intéressant pour nous au premier abord, le jeu vidéo *Mon ami le dauphin 2* - le titre de *My pet Dolphin* est inscrit sur la cartouche du jeu - ne se montre pas du tout à la hauteur du titre. Dans ce jeu de qualité ludique médiocre, malgré les informations disséminées au joueur telles que la zoothérapie, les origines, l'anatomie ou le comportement, il est surtout demandé au joueur de faire répéter au dauphin les mouvements qu'il vient de réaliser pour monter un spectacle. La communication très mécanique avec l'animal ne dure que quelques secondes au plus. L'important est de lancer une interaction afin de remplir les jauges au plus vite. Pour en revenir à la protection de la nature, le recours iconique au dauphin dont traite avec intelligence le sociologue Emmanuel Gouabault est confirmé par la présence d'un dauphin sur l'image du jeu *Planète nature Au secours des animaux marins* (2008).

### 6.3. La série *Planète nature, Au secours des animaux...* (2008)

#### Illustration 60



Le jeu vidéo *Planète nature* (Ubisoft, 2008)

Sur la lancée du jeu *L'île aux dauphins*, Ubisoft élargit la gamme de Petz avec la série *Planète nature* sortie en 2008 déclinée en trois jeux : *Planète nature Au secours des animaux sauvages* développé par Lexis Numérique, *Planète nature Au secours des animaux marins* développé par Magic Pockets et enfin *Planète nature Au secours de l'île tropicale* développé par Phoenix. La présence de trois développeurs différents a abouti à trois jeux spécifiques. Derrière la similarité des jaquettes, la gamme *Planète nature* propose différents types de jeux de gestion : gérer une clinique vétérinaire, transformer une île tropicale en danger en un modèle d'écologie (énergie renouvelable, gestion des déchets, dépollution), sauver divers animaux marins menacés en remettant le parc aquatique en bon état. Le public visé est un public pré- et adolescent à qui on confie une mission. Le ton se veut par conséquent très réaliste. Par exemple, dans *Au secours des animaux marins*, la présence des adolescents est justifié ainsi :

Il s'agit d'une mission secrète d'une très haute importance qui incombe aux adolescents dont un membre de la famille, comme c'est de règle dans les scénarios, est en grande difficulté : « La Wazaps fait partie de *Planète nature*. Une des ONG les plus respectées au monde pour

son efficacité et son sens des responsabilités. La « World Association for Zoological and aquatic Parks Survey » [...] nous vérifions qu'ils respectent les animaux qui y vivent. Mais la situation ici étant très spéciale. J'ai décidé de vous confier la création de ce sanctuaire » [texte du jeu].

Nous l'avons déjà vu, ce scénario dans lequel il est confié de hautes responsabilités un ou deux adolescents est constitutive du genre. Car il s'éloigne de notre sujet, nous nous contenterons de préciser que le jeu vidéo se voit investie par la protection de la nature, ce qui explique le recours aux animaux. Au regard des trois jaquettes, l'autre aspect qui ressort est la qualité de vétérinaire des héros - c'est la présence du stéthoscope - et la différence entre le jeune homme et la jeune femme dans leur rapport aux animaux puisque seule cette dernière les touche ou les porte. Les jeux sur Nintendo DS un dauphin et une tortue de mer, un lionceau et un jeune chimpanzé. À l'opposé, ce qui est trompeur, est que la jaquette dissimule le visuel très manga des personnages du jeu. L'influence japonaise est impossible à entrevoir à la vue de l'image qui présente le jeu !

Soutenue par le WWF, la série de jeux *Planète nature* démontre que l'activité du WWF au sein des univers des enfants et adolescents concerne aussi les jeux vidéo, en plus de son action dans la presse, l'album panini et les jouets (peluches, Playmobil). La justification de WWF présente dans le livret du jeu *Au secours des animaux sauvages* démontre d'une part que le jeu vidéo est utilisé comme moyen d'accès au WWF (une adhésion au club panda), d'autre part que le jeu vidéo est une activité ludique interactive qui peut se mettre au service sert la cruelle réalité du monde. Il ne représente pas qu'un simple divertissement innocent, il est de surcroît un media pédagogique :

« Au secours des animaux sauvages » est un jeu original alliant fiction et réalité pour divertir et sensibiliser petits et grands à l'urgence de protéger les espèces menacées. Green Rescue Organization est une association fictive, imaginée par les créateurs du jeu. Mais il existe des ONG bien réelles qui travaillent pour protéger l'environnement et sauver les animaux à travers le monde. C'est le cas du WWF dont la mission est d'enrayer le processus de dégradation de la planète pour construire un avenir où les hommes vivront en harmonie avec la nature [...] Génial ! Le WWF t'offre une adhésion d'un an à son tout nouveau Club panda. Connecte-toi sur [www.club-panda.fr](http://www.club-panda.fr) et entre le code [...] Tu découvriras des jeux, des fiches sur les animaux en danger et plein d'autres surprises. [ livret du jeu vidéo]

En élargissant la série Petz aux animaux sauvages dont la seule qualité est d'être en danger,



les jeux d'Ubisoft combinent l'exotisme avec la responsabilisation. La présence là encore de mini-jeux amenuise quelque peu la portée du message, les jeux étant très répétitifs et les interactions avec les animaux assez limitées. De plus, l'animal sauvage adopte des comportements similaires avec les animaux de compagnie d'autres jeux vidéo. Ainsi, les animaux de l'île tropicale en danger recherchent le contact avec l'avatar, se laissent caresser, montrent leur satisfaction en dégageant des cœurs et suivent cet enfant avatar qui s'aventure dans la forêt et le désert comme s'il se promenait dans un parc d'un centre-ville urbain. Les jeux *Planète nature* se concentrent les espèces animales charismatiques si bien qu'il nous est demandé de soigner un tigre, un lion, une tortue et un chien dans une seule et même clinique. La jaquette arrière de *Planète nature Au secours des animaux sauvages* l'annonce : « Du phoque au panda, garde en observation une variété d'animaux dans la clinique ». Hormis les qualités des jeux, encore nous faut-il préciser qu'au milieu des animaux sauvages de ce jeu se cachent des chiens, ce qui dans la pratique vétérinaire ne joue pas la plus piètre importance ! Dans ce jeu, la vétérinaire traite régulièrement des chiens malades pour lesquels les fonctionnalités de la console Nintendo DS sont utilisées : En soufflant dans le microphone de la console de jeu, on dégage les poils afin de repérer les puces avant de les enlever avec le stylet de la console qui fait office de pincette. Les tâches du vétérinaire sont diagnostiquer, traiter les animaux et vérifier l'état des animaux regroupés dans les enclos : la soif, la faim, le niveau d'attention et la quatrième barre intitulée État des animaux qui résume à les trois autres barres. En conclusion, et c'est l'aspect essentiel, de cette gamme se dégage une figure omniprésente des jeux vidéo qu'est le vétérinaire (dresseur) adolescent au service des animaux en danger, qu'ils soient des chiens, des chats ou des animaux sauvages. Une tâche qui incombe surtout aux jeunes filles et aux adolescentes. On ne naît pas femme vétérinaire, on le devient. N'est-ce pas Léa ?

### III. Jouer à la vétérinaire et à l'aventurière

Changement important quant aux récipiendaires des soins vétérinaires, mais changements également concernant les praticiens. Depuis les années 1970, le milieu vétérinaire est devenu en effet très féminin : en France, entre 1966 et 2008, la proportion de femmes exerçant la profession est passée de 3% à 63%. Aux États-Unis, elles représentent une petite moitié des effectifs et ne resteront pas longtemps minoritaires, si l'évolution amorcée depuis quelques années se poursuit.<sup>818</sup>

#### 1. La jeune fille active d'Ubisoft : la série *Léa passion*

Chez Ubisoft, la gamme de jeux vidéo *Léa Passion* se destinant aux jeunes filles et jeunes adolescentes comporte un grand nombre de titres à vocation professionnelle : Léa passion maîtresse d'école, médecine, salon de beauté, journaliste, cuisine, artiste, baby Sitter, star de la mode /de cinéma /de la danse, chef trois étoiles, gymnastique, danseuse étoile etc. Cette gamme de jeux se répartit entre plusieurs catégories de filles : Fille douce Léa passion, fille sportive, fille créative et fille star. Parmi les ambitions de l'entrepreneuse Léa, si les orientations telles qu'ingénieure, informaticienne, professeure de mathématiques ou mécanicienne ne figurent pas à la liste, des titres de la catégorie « fille douce » la lie aux animaux : Léa passion vétérinaire safari, Léa passion Protectrice des animaux, Léa passion vétérinaire 1 et 2.

##### 1.1. *Léa passion vétérinaire safari* (2009)

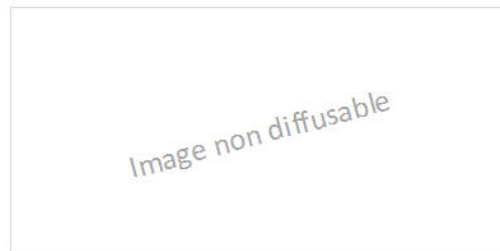
D'un ton plutôt proche des jeux *Planète nature* en partenariat avec le WWF, le jeu vidéo *Léa passion vétérinaire safari* (2009) ne tend pas vers le légendaire comme c'est le cas dans *Planète nature au secours d'une île tropicale* : ce jeu ne se conclut pas sur l'envolé d'un

---

<sup>818</sup> Jérôme Michalon, « *L'animal thérapeute* », *socio-anthropologie de l'émergence du soin par le contact animalier*, Thèse, Université Jean Monnet, 2011, p. 292.

phénix blanc qui a contribué au sauvetage des animaux. Le titre, comme les espèces animales de la couverture du jeu (girafe, lionceau, éléphant, zèbre et un koala !), nous laisse penser que l'action de Léa se situe sur le continent africain. La cinématique du début nous le confirme : grands espaces, vues aériennes, oiseaux migrateurs, troupeaux sauvages, soleil imposant. Elle constitue un véritable hommage aux documentaires animaliers sur nos représentations du continent noir.

### Illustration 61

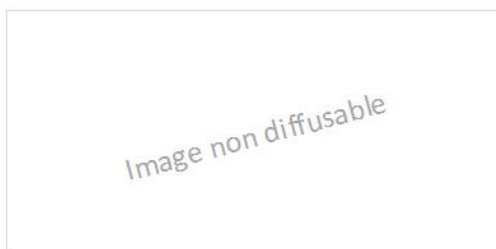


Le jeu vidéo *Léa passion vétérinaire safari* (2009)

Car ce jeu s'éloigne des chiens, seule l'incohérence du titre autour de la profession de vétérinaire nous importe. En fait, excepté les soins et diagnostics qui sont à effectuer le plus rapidement possible (prendre la tension, écouter les battements du cœur, utiliser une seringue et donner une pilule), ce jeu vidéo est une combinaison de petits jeux (dépolluer, pister, safari photo, recensement des animaux effectué en montgolfière) qui suivent un objectif majeur : « La construction d'une réserve naturelle paradisiaque : infrastructures, design des bâtiments,

sources d'énergie, emplacement et taille des enclos »<sup>819</sup>. Une fois le niveau du 85% - 90% atteint, les braconniers contre lesquels il fallait lutté se vengent en déroband l'ensemble des animaux des enclos. Après la poursuite, une fois rattrapé, le chef des braconniers perd tout contrôle à la vue du Koala...et Léa, recevant une lettre du guide, est finalement consacrée directrice du camp. Une fois les trente-six missions du jeu accomplies, mon parc contenait quatre-vingt-huit visiteurs, des animaux dans les enclos, l'argent gagné s'élevait à un montant de 8320. C'est pourquoi la profession de vétérinaire est en adéquation sincère avec le contenu de *Léa passion vétérinaire safari* qui propose de gérer, d'augmenter le nombre de visiteurs et les recettes financières. La pratique vétérinaire est très réduite. Toutefois, dans un mode qui se rapproche de l'interaction avec les chiens *Nintendogs*, les animaux en rétablissement se laissent approcher et caresser : « voici un jeu qui devrait plaire à toutes celles qui rêvent de câliner un lionceau ou un éléphanteau ! » [texte du jeu]. La preuve par l'image : Le zèbre de cet enclos est très câlin. La main de l'avatar lui font émettre des cœurs (écran du bas) qui à leur tour remplissent sa jauge (écran du haut). Parlerons-nous plutôt de caninisation du zèbre et du lion « sauvages » ou davantage de leur féminisation ?

Illustration 62



Caresser un zèbre est une interaction de Léa, la sauveteuse.

---

<sup>819</sup> Le site officiel [www.leapassion.fr.ubi.com](http://www.leapassion.fr.ubi.com).

**1.2. La clinique vétérinaire et les refuges : les jeux *Léa passion vétérinaire* (2006) et *Léa passion vétérinaire 2* (2007)**

Cette utilisation tronquée de la désignation de vétérinaire dans la promotion se retrouve dans le jeu *Léa passion vétérinaire* (2006) sur Nintendo DS qui se situe en réalité dans un refuge. Il faut donc prendre soin des animaux, s'occuper d'eux et des enclos. Il n'est aucunement question d'une pratique vétérinaire.

Illustrations 63/64



PC (2008)

Illustrations 65/66



PC (2006)



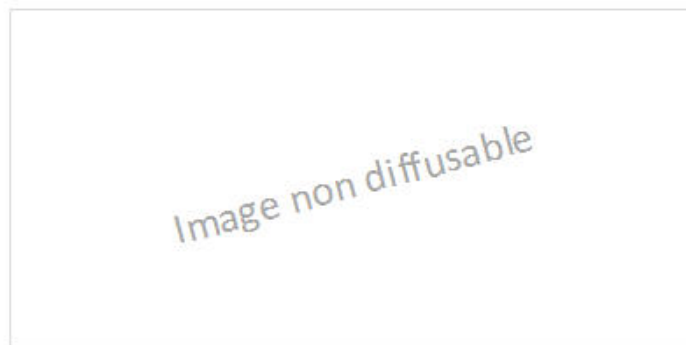
PC (2007)



PC (2007)

Dans ces jeux de la gamme *Léa Passion*, le système de jeu est classique et a été décliné en différents titres: vétérinaire au zoo, vétérinaire en Australie, etc. Alors que certaines versions du jeu sur ordinateur jouent la carte du réalisme, d'autres sont plus limitées. Cela s'explique en partie par les écarts de puissance techniques des appareils. Dans certaines versions l'action sur l'animal est directe et nécessite de la précision, dans d'autres il suffit de cliquer sur un outil pour soigner l'animal. Les versions sur PC sont logiquement beaucoup plus techniques que celles sur Nintendo DS, destinée aux enfants.

Illustration 67



*Léa passion vétérinaire -Amie des animaux* sur PC (2008)

## 2. Le jeu vidéo *Trente millions d'amis, Mon refuge pour animaux* (2008)

Le souci de rendre la ville plus salubre et plus sûre, d'assurer un meilleur contrôle et une réduction de la présence animale dans l'espace public, se traduit par un encadrement de la possession d'animaux domestiques et par une élimination progressive des animaux errants, et principalement des chiens. La fourrière devient alors l'institution centrale de l'action des autorités publiques.<sup>820</sup>

Dans nos chapitres portant sur le chien dans la bande dessinée, le dessin animé et le cinéma, nous avons constaté que la fourrière et son service masculin de ramassage présente une menace réelle pour le chien. L'œuvre *La belle et le clochard* (1955) en est l'exemple le plus célèbre. Du côté du jeu vidéo, notamment celui destiné aux jeunes filles, la joueuse est amenée à prendre défense des chiens et non à les capturer, les enfermer et les tuer. Le jeu vidéo se rallie quant à lui à la protection animale et à sa féminisation afin de nous confier une mission plus honnête. Pour la productrice de l'émission télévisée *Trente millions d'amis* Réha Hutin qui apparaît en photographie sur la couverture du jeu :

« aimer les animaux, c'est également les défendre et les protéger ».

Pourtant, une fois la cartouche de jeu en mains sur laquelle figure *Let's play Pet hospitals*, nous comprenons que l'émission télévisée sert tout simplement d'adaptation au marché français. C'est pourquoi, le rapport du jeu vidéo (deepsilver, 2008) à l'émission et au magazine est inexistant. Le choix entre cinq langues ne signifie donc pas l'exportation vers l'étranger de l'émission télévisée ou de la fondation. Quant aux couleurs des boîtes du refuge, elles semblent se destiner aux joueuses.

Ce jeu, intégré à la série de jeux vidéo de Deepsilver « Jouons à... » (*la maîtresse*, *la créatrice de bijou*), est une déclinaison supplémentaire de cette gamme destinée aux jeunes filles.

---

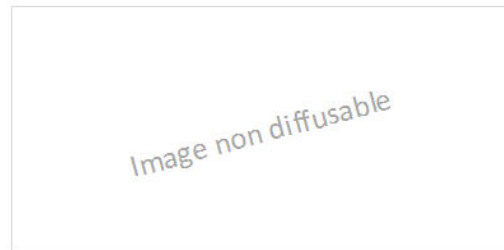
<sup>820</sup> Damien Baldin, *Histoire des animaux domestiques XIXe-XXe siècle*, Paris, 2014, p. 222.

Illustration 67



Trente millions d'amis en cinq langues !

Illustration 68



Le statut (vide) d'un chien du refuge

Au regard de la couverture du jeu vidéo qui représente un attendrissant duo d'un chiot et d'un chat visiblement ennuyés et en attente d'une action, nous pourrions nous attendre à ce que les animaux du refuge soient le cœur. Or, il s'agit davantage d'un jeu de gestion dans lequel nous dirigeons une bénévoles. Ce sont les animaux qui se retrouvent au service du refuge et non l'inverse. La consultation du livret du jeu vidéo explicite que c'est bien le refuge et son bon fonctionnement qui est l'objectif : « Le but est de recueillir des animaux abandonnés, de s'en occuper et de les placer auprès des familles pour récolter des dons. Plus tu soignes d'animaux, plus tu arrives à les placer et plus ton évaluation sera bonne, ce qui te permettra aussi de récolter plus de dons »<sup>821</sup>. Ainsi, une bonne gestion des finances est nécessaire puisqu'elle dépeint directement sur l'état de l'animal. L'amélioration des boxs (standard, de luxe, de qualité) s'avère utile parce que les animaux, devant être soignés et bien maintenus, doivent être placés. En tant que Bénévole complètement esseulée au milieu des animaux des six espèces animales (cheval, chat, chien, cochon d'inde, lapin, furet), l'avatar doit tout accomplir seule à un rythme qui ne laisse aucun temps de repos. Entre l'arrivée de nouveaux animaux, les animaux qui tombent fréquemment malades (gale, vers, cire, blessures etc.) et se salissent

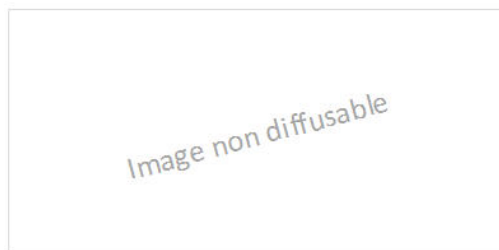
---

<sup>821</sup> Le livret du jeu vidéo *Trente millions d'amis*, (Deep Silver), 2008, p.5.



brusquement, les coups de téléphone des clients du refuge et leurs visites au centre, l'emploi du temps de la bénévole est conséquent.

#### Illustration 69



L'immobilité du chien est bienfaisante (version PC, 2008)

Heureusement, l'interaction avec les animaux est limitée au minimum. Leur immobilité est à l'image du rapport établi entre l'avatar et les pensionnaires du refuge. En résumé, au regard de la prédominance de l'aspect gestion (administration, rénovation, entretien des animaux) sur le soin apporté aux bêtes, le jeu vidéo *Trente millions d'amis* nous invite à prendre du recul avant de nous décider à une carrière épuisante de bénévole. Si être au service des animaux demande des soins vétérinaires et des caresses, le rapport aux clients du centre se révèle plus délicat. Ce refuge prend des allures de service personnalisé de livraison. Lors de l'appel téléphonique au centre, chaque client demande une espèce et une robe précise. Une fois arrivée, elle ne repartira qu'avec l'animal souhaité. Il ne tient ainsi qu'à l'avatar de ne pas commettre d'erreur, de bien informer le client... afin de le satisfaire et de faire fructifier le refuge. Très proche de ce titre, les soins médicaux en moins, la série de gestion *Ma pension d'animaux* (2007) sortie sur ordinateur et Nintendo DS fait du travail bénévole le seul garant de réussite. Dans ces jeux de gestion situés dans des lieux calmes et champêtres, les pensions se construisent sur les seuls principes de gestion vidéoludiques. À l'instar du jeu *Trente millions d'amis*, le rythme se révèle effréné : l'avatar féminin accumule les tâches à accomplir telles que nourrir les animaux, les caresser, les brosser, bien gérer le budget de la pension etc.

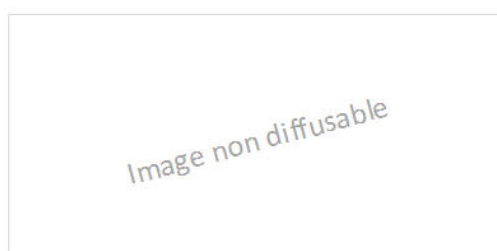
Cette série s'inscrit pleinement dans la vague de jeux de gestion mettant en scène des animaux. Sorti sous le label Eidos Friends, ce jeu vidéo appartient aux séries de jeux vidéo ciblant les jeunes filles et pré-adolescentes telles que *Mon haras*, *Riding star*, *Zoo Hospital*, etc. Le contenu ludique et la réalisation de *Ma pension d'animaux* sont de piètre qualité : « Réalisé en dépit du bon sens et vide à pleurer, ce jeu de gestion calamiteux n'a qu'un mérite : nous faire comprendre que rien ne remplace la compagnie d'un véritable animal »<sup>822</sup>. Le constat que nous établissons après 12 heures de jeu et qu'une fois encore, les animaux en sont les victimes. En effet, les jauges de besoin des animaux à remplir se déroulent de la même manière, et ce, quelles que soit l'espèce. Dans cette pension on brosse les perruches comme on brosse les chiens ! Plus généralement, la simulation de clinique vétérinaire et de refuge pour animaux est un genre vidéoludique courant, notamment sur ordinateur et Nintendo DS. Il faudrait croiser les écrits scientifiques portant sur ces professions et structures<sup>823</sup> à celles sur les jeux vidéo :

Illustration 70



*Urgence et adoption* sur PC (2007)

Illustration 71



*SOS animaux* sur Wii (2008)

<sup>822</sup> Test du jeu disponible sur : <http://www.jeuxvideo.com/jeux/jeu-65093/>.

<sup>823</sup> Gilles Barroux, « La santé des animaux et l'émergence d'une médecine vétérinaire au XVIIIe siècle », dans *Revue d'histoire des sciences*, n° 64, 2011, p. 349-376 ; Ronald Hubcher, « L'invention d'une profession : Les vétérinaires au XIXe siècle », dans *Revue d'histoire moderne et contemporaine*, n° 43, 1996, p. 686-708 ; Delphine Berdah, « Entre scientification et travail de frontières : Les transformations des savoirs vétérinaires en France, XVIIIe-XIXe siècles », dans *Revue d'histoire moderne et contemporaine*, n° 59, 2012, p. 51-96.

### 3. Vendre des chiens : le jeu vidéo *Dogs Palace* (2008)

« Choisissez le chiot qui vous plait, réservez-le, et nous allons vous le livrer gratuitement dans les plus brefs délais. C'est aussi simple que ça », assure chiotchiuhua.com. On peine à le croire mais les hypermarchés du chien ont désormais leur vitrine sur Internet et appellent le chaland à commander son animal comme on équipe sa cuisine. Il suffit de feuilleter le catalogue pour dénicher un futur compagnon taillé sur mesure : blanc, blanc-noir, beige, gris, cacao ou bien tricolore, poils courts, poils longs, extra-léger, etc... Les prix oscillent entre 800 et 1300 euros pour le must du moment : le chihuahua couleur chocolat...<sup>824</sup>

Rien de plus facile aujourd'hui en France que de trouver un chiot ou un chaton à acheter : Internet, petites annonces, éleveurs, animaleries, particuliers faisant de la reproduction pour « arrondir des fins de mois », vente dans les marchés, sur les trottoirs... Bref, tout est fait aujourd'hui pour faciliter l'acquisition d'un animal.<sup>825</sup>

Le nom de ce jeu vidéo, derrière le luxe des mots, porte mal son nom. La traduction allemande *mein kleiner Welpenshop* (ma petite boutique de chiots) est plus respectueuse de l'objectif réel du jeu atypique d'Ubisoft sorti en mars 2008 en France : vendre des chiots et faire des bénéfices. Avec ce jeu, le jeu vidéo rattrape la réalité d'une réalité sombre de la vie des animaux vivants.

Dans *Dogs palace*, le joueur est à la tête d'une animalerie de chiots qu'il espère agrandir par la vente des animaux et des objets associés (cosmétiques, jouets etc.). Il s'agit d'acheter des chiots le moins cher possible, de les remettre sur pattes et de vite les revendre. Par conséquent, plus le chiot est en mauvais état chez le fournisseur plus le prix est bas. Pour le retaper, d'après une logique de répétition, il faudra le caresser, le laver, le brosser et le dresser puisque l'état général du chiot se divise en trois jauges : la sociabilité - le chien, sait-il jouer à la balle ? -, la propreté et la jauge de l'habilité, c'est-à-dire le dressage. L'épargne d'animation des chiots, aussi bien dans le mouvement que dans le son, correspond à l'importance (nulle) qu'ils revêtent dans ce jeu vidéo de pure gestion commerciale. À ce titre, le contenu des courriels reçus est sans équivoque : « La réputation de notre chenil est en chute libre ! Élève quelques chiens et commence à les vendre ».

---

<sup>824</sup> Nathalie Truche, *Chiens, Chats : Un trafic en or*, Paris, 2012, p. 61.

<sup>825</sup> Caroline Lanty, *Le scandale de l'animal business*, Paris, 2009, p. 35.

L'absence du chien est compensée par le défi commercial que devra relever le jeune joueur : il faut en effet prêter attention aux prix des fournisseurs, aux tendances canines du moment, à la popularité de la boutique etc. Afin de soutenir le joueur, c'est encore une fois la technique qui le secoure. Rappelons-nous en effet que dans plusieurs jeux vidéo, par exemple *Dogz*, c'est par l'intermédiaire d'un ordinateur ou d'un assistant électronique que les informations sont données et non par le recours aux savoirs et observations de personnages ou encore à une observation personnelle à effectuer.

Dans *Dogs palace*, le courrier électronique est la source d'informations et de communication. Nous recevons régulièrement des courriels de Dogswweek sous forme de conseils d'achat, de toilettage et de dressage : « Parmi les nombreux shampoings disponibles sur le marché, la plupart sont des produits naturels. Choisis une formule peu acide, sans colorant, sans parfum, qui soit protéinée et douce pour la peau » ; « Les poils durs des chiens comme les terriers et les schnauzers sont tondus par bande. Le poil est tondu manuellement avec un outil spécial pour éviter qu'il s'adoucisse et qu'il s'éclaircisse » ; « Assis. C'est la base du dressage... ». C'est également par courriel que les clients se manifestent à l'animalerie. Par exemple : « Je suis à la recherche d'un spitz japonais. Je veux vraiment un chien exceptionnel, aussi je m'adresse à un chenil réputé. Je le voudrais dès que possible » ; « Je t'en prie, vends moi un Fox-terrier à poil dur. J'ai joué à un jeu vidéo récemment et maintenant je veux un vrai chien. Je paierai ce qu'il faudra » ; « C'est le chien le plus mignon et le plus merveilleux que je n'ai jamais vu. Merci beaucoup ! Je vais t'envoyer un petit extra ! ». « C'est exactement ce que j'avais demandé ! J'ai parlé de ton chenil à toutes mes amies ». Le plus stupéfiant est qu'en plus des « extras » envoyés par des clients ravis, la revente des chiots s'autorégule. Il suffit en effet de cliquer sur un chiot demandé, d'ouvrir son statut, et d'appuyer sur envoyer. Lorsque le chien est dans le chenil, il suffit donc d'ouvrir le mail de demande - le chien apparaît sur l'écran du haut - et de toucher sur envoyer. L'envoi est symbolisé par une enveloppe postale.

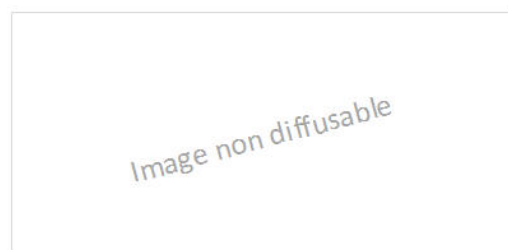
Comme dans la réalité, les chiots constituent une vente en or !

Illustration 72



Préparer un chiot à la vente

Illustration 73



Envoyer un chien par mail

Vendre et revendre, voici la logique de ce jeu dans lequel l'argent se nomme Barko. Une fois dans la liste « chien à vendre » on choisit un animal. L'écran du haut nous montre une cage ou boîte avec le chien et autour dans les angles de l'écran : son origine de vente, son prix, son profit. Ensuite en bas de cet écran apparaissent ses jauges : Social, Propre, Habileté. L'écran du bas (tactile) nous montre le sexe de l'animal, sa race, son nom (inexistant pour les chiens à vendre) et collier (oui/non). On peut ensuite choisir entre l'option dresser et l'option mini-jeux. En quoi consiste le dressage ? Le chiot apparaît dans un espace vide dans lequel seules trois possibilités d'interaction existent : balle, soins, dressage. Dans la première, on lance la balle mais aucune réaction du chiot se donne à voir. Pour la deuxième, alors que l'on déplace le stylet et que des étoiles apparaissent, le chiot reste figé. En ce qui concerne le dressage, le choix opéré est *Patte - Fais le beau - tourne - saute*. On choisit une icône, on clique, le chien exécute tout seul et retrouve sa place statique au milieu de l'écran. S'il le fait, on le caresse et un petit cœur apparaît en haut de sa tête. Le chien est autonome, il se dresse seul et se félicite. Ainsi, l'interaction avec les chiens n'est nullement mise en avant dans ce jeu. C'est ce qui explique la réalisation non soignée des chiots dont la fonction est de servir de

marchandise : « Les chiens, pourtant modélisés en 3D, se présentent quasiment toujours de face, et à part donner la patte et courir après la balle, ils ne savent pas faire grand-chose. Se rouler sur le sol et grogner, peut-être. En tout cas, rien qui ne puisse émouvoir quiconque a déjà vu gambader un chiot ». <sup>826</sup> Ensuite, comme il est de mise dans les jeux vidéo de gestion d'animaux sur la console Nintendo Ds, des mini-jeux sont à disposition. Les quatre jeux sont : la course de haies - notons que les chiots sont plutôt véloces ! -, le jeu du reniflement (un chiot apparaît dans une cage et doit trouver trois coffres), le jeu des bulles de savon dans lequel il faut le faire sauter afin qu'il fasse exploser les bulles de savon, et enfin le quizz (quatre réponses sont au choix). Ce dernier, de par sa grande difficulté, s'éloigne de l'objectif principalement commercial de *Dogs palace*. Alors qu'elle n'est aucune utilité dans le déroulement du jeu, la culture générale sur l'espèce canine est plébiscitée, en plus de conseils d'entretien. Voici un aperçu de questions posées :

Quel chien n'aboie pas ? Le basenji. Quel est le chien le plus rapide du monde ? Le lévrier. D'où vient le papillon ? De France. L'homme qui a donné le nom au Jack Russel était... ? Un prêtre. Quelle est la partie du corps du chien qui bouge lorsqu'il est content ? La queue. En allemand Schnauzer signifie petite... ? Moustache. Le chien de Rhodésie est aussi connu sous le nom de chien... africain ? Lion. Quel chien est connu pour la couleur bleu-noir de sa langue ? Le Chow-chow. À quelle fréquence faut-il baigner un chien ? Tous les jours. De quelle race étaient les 3 chiens ayant survécus au naufrage du Titanic ? Caniche. Quel est le record de vieillesse chez un chien ? 29 ans et 5 mois. De quelle région du Japon le Tossa est-il originaire ? Kuchi. Quel chien les Vikings utilisaient-ils ? Le colley Berger. Un croisement entre un teckel nain et un Chihuahua ? Un chiweenie... [texte du jeu]

Avec le jeu *Dogs Palace*, le savoir s'allie au pouvoir puisque la culture générale sur les chiens se retrouve au service de leur marchandisation la plus poussée.

---

<sup>826</sup> Tiré du test de *Dogs palace*, le 22.04.2008, sur [www.gamekult.com](http://www.gamekult.com).

## IV. Du jouet au jeu vidéo de figurines

Bienvenue dans ton *LITTLEST PET SHOP* ! Si tu aimes jouer avec tes animaux, voici l'endroit où ils vont s'animer et où tu vas pouvoir jouer avec eux d'une toute nouvelle façon. Ton but est de réaliser le plus grand et le meilleur des Pet Shops jamais créés ! Adopte tous les animaux que tu peux et remplis ton Pet Shop de jouets adorables, d'équipements rigolos et de jolis accessoires pour eux [...] Les animaux de Centre d'adoption ont hâte que tu les remarques ! Ils espèrent tous que tu leur enverras des billets de train pour prendre le Pet Shop Express et venir vivre dans ton *LITTLEST PET SHOP*.<sup>827</sup>

### 1. Les figurines interactives: *Littlest pet shop* et *Zhu Zhu Puppies*

Dans la vague de jeux de simulations né dans le sillage de Nintendogs, quelques jouets à succès ont été adaptés en jeux vidéo. C'est le cas des figurines animales en plastiques *Littlest pet shop* distribués par le géant Hasbro à partir de 2005. En plus des 1000 figurines à collectionner, et d'un ensemble de produits (dessin animé, peluches, cartes, vêtements, matériel scolaire), le public ciblé des filles de 4 à 12 ans a eu la possibilité de jouer aux jeux vidéo avec ces créatures. Production du géant mondial du jeu vidéo Electronic Arts, les jeux vidéo sortis en 2008 sur Nintendo DS se basent sur la gamme de jouets. Dans les trois versions vendues (jardin, jungle, hiver), certains animaux sont exclusifs à une version. Par exemple, les animaux *Dalmatien câlin* (n° 469), *basset Chic* (502) et chat *persan Chic* (460) appartiennent à la version Jardin.

On y retrouve donc les mondes dans lesquels les créatures se déplacent et jouent à la balançoire (illustration 3) et le fait de pouvoir changer de créature à tout instant. Quant à l'interaction, elle se structure entre des mini-jeux à accomplir - par exemple, gratter la créature à un endroit précis -, la customisation qui consiste à l'habiller (illustration 1) et l'interaction directe au stylet. Pour accéder à une créature qui jusqu'au contact du stylet de l'écran de la console de jeu se déplace librement avec les autres créatures, il suffit de la toucher et ensuite de la diriger avec la croix directionnelle ou le stylet afin de la faire jouer avec ce que le jeu met à disposition : une balle, une balançoire, une roue de hamster. Le point

---

<sup>827</sup> Livret du jeu *Littlest pet shop - jardin* (p.7).

le plus important est qu'en devenant des jeux vidéo (Wii, Nintendo DS et playstation 3), ces jouets qui proposent des animaux de type « super déformés » (image 2) ont permis d'y ajouter une option simulation de vie. En cliquant sur une créature, on accède à son statut constitué des deux jauges humeur et énergie et le nourrir. En effet, « même s'ils ne peuvent pas demander à manger, tes animaux dépendent de toi pour être nourris ». <sup>828</sup> Les chiens de *Littlest pet shop* sont à la recherche du bonheur, ce qui nécessite le port de vêtements et une communication avec le joueur : « de jolis vêtements et accessoires font que tes animaux se sentent bien et heureux [...] La façon la plus rapide de consoler un animal triste est de lui donner personnellement ton attention. Un jeu ou une activité le fera se sentir tout de suite mieux ». <sup>829</sup> En résumé, ces espèces animales « super déformés » sont le résultat d'une habile combinaison entre un objet ludique (la figurines à collectionner), un lieu ludique (le parc d'attraction) et les simulations (animales) de vie des jeux vidéo.

Illustration 74

Illustration 75

Illustration 76



*Le jeu vidéo Littlest Pet Shop jardin sur Nintendo DS*

Le passage fluide d'une espèce animale à une autre dans *Littlest Pet Shop* nous amène à traiter du prochain phénomène du jouet de la fin de la première décennie de ce nouveau siècle : Zhu Zhu Pets. Il s'agit de jouets - peluches mécanisées ayant une forme de hamsters à l'esthétique Kawaii. Un véritable engouement se créa autour de ces hamsters de compagnie.

<sup>828</sup> Livret du jeu *Littlest pet shop - jardin* (p.17).

<sup>829</sup> Livret du jeu *Littlest pet shop - jardin* (p.17).



La technologie se propose d'être l'architecte de nos intimités. Aujourd'hui, le réel peine à soutenir la comparaison devant les substituts qu'elle propose [...] Nous sommes par ailleurs fascinés par l'idée des robots sociaux, que nous rencontrons pour la plupart d'entre nous sous la forme de jouets pour enfants. Si l'on en croit leurs concepteurs, les hamsters Zhu Zhu pets - les jouets stars de Noël 2009-2010 - sont les « meilleurs » animaux de compagnie qui soient : ils sont à la fois aimables, réactifs, n'ont pas besoin d'être lavés et ne mourront jamais.<sup>830</sup>

L'offre s'est rapidement agrandie avec le portage sur la Nintendo Ds de ces meilleurs animaux de compagnie : *Zhu Zhu Pets* (Activision, 2010), *Zhu Zhu Princess* et *Zhu Zhu Puppies* (2011).

Illustration 77



Le chien de *Zhu Zhu puppies* (2011)

Illustration 78



Les besoins vitaux de *Zhu Zhu puppies*

Il existe des packs de vente qui regroupe le jeu vidéo et le jouet. Le succès du hamster a entraîné une version canine, sous forme de jouet et jeu vidéo. Simplement opportuniste, cette version canine reprend les canons des simulations de vie sans ajouter une quelconque nouveauté. Dans ce lieu vide, le joueur qui est propriétaire du chien, devra accomplir ses tâches quotidiennes : « il s'agit d'envoyer le chien faire ses besoins dans le jardin, rapiécer le

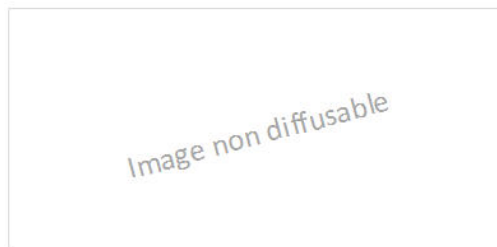
<sup>830</sup> Sherry Turkle, *Seuls ensemble. De plus en plus de technologies de moins en moins de relations humaines*, Paris, 2015, p. 19.

canapé, ramasser les morceaux de papier toilette répandus sur le sol, remplir les gamelles... ». Le chien provoque donc quelques dégâts domestiques et contrairement aux jouets mécaniques hamsters, le *Zhu Zhu Puppies* a besoin d'être lavé et nourri.

## 2. La peluche interactive : l'animal de compagnie hybride *Eye Pet* (2009)

En 2009, les studios anglais de la Team Soho ont présenté aux télévisions des salons du monde un type d'animal de compagnie inédit. S'il ne s'agit pas d'un chien mais d'une peluche hybride, la présentation d'*Eye Pet* n'en demeure pas moins inévitable. Cinq ans après le *Nintendogs*, la surface de l'écran sur lequel les animaux virtuels posaient leurs pattes a disparu. Destinée aux enfants, l'expérience se révèle atypique. La caméra de la console de salon la Playstation 3 est posée sur la télévision : le salon du jeune joueur apparaît à l'écran en même temps que le joueur et la créature virtuelle. L'écran de la télévision montre donc le joueur et la créature réunie dans le salon si bien que l'espace n'est plus séparé comme dans *Nintendogs*.

### Illustration 79



Un animal virtuel dans le salon, l'intrigant *Eye Pet*

L'attendrissante créature velue propose pour certains un mélange entre la fameuse peluche Kiki de Bandai (1974), le mignon petit Mogwai tiré des films *Gremlins*, pour d'autres, une mélange entre le chat et le singe. Tout commence par son éclosion. Il faut réchauffer l'œuf, souffler de l'air chaud dessus et le bercer. Une fois sorti de l'œuf, la petite créature émerveille par la qualité de l'interaction qu'elle propose autant que par la réussite de son animation : « [...] la bestiole incrustée par la console dans l'image capturée par le PS Eye est particulièrement convaincante : que ce soit par sa modélisation, ses mouvements et ses

attitudes, elle séduit immédiatement et provoque inmanquablement l'émerveillement chez les plus jeunes ». <sup>831</sup>

Car l'image reproduite à l'écran est composée à 90% d'une image non créée par la machine (la caméra filme), la technique s'est concentrée sur la créature. L'immersion contient une certaine magie. Par exemple, vous tapez des doigts, elle se jette sur vous. Vous la grattez, elle ronronne de plaisir. Vous lui tendez le biberon, elle le saisit. Si le geste du joueur est brusque, la créature est effrayée. Afin de prolonger (artificiellement) la durée de vie du jeu, la petite créature ressent même le besoin de se reposer de temps en temps ! La différence avec Nintendogs, outre le rendu physique de la créature, correspond au principe de « réalité augmentée ». Ce que l'écran de la télévision montre est l'interaction entre le joueur et la créature, le salon du joueur et donc les personnes qui s'y trouvent.

En ce qui concerne les interactions, en plus de la personnalisation de la créature (type de pelage, vêtements), des activités habituelles basiques qui sont plus ludiques (nourrir, laver), un total de vingt activités sont déblocables : les mini-jeux. La carte magique en plastique vendue avec le jeu est la spécificité du jeu. Elle se transforme à l'écran en un objet correspondant à la situation de jeu : elle devient un biberon lorsqu'on souhaite le nourrir, un pommeau de douche lorsqu'on veut le doucher ou un scanner lorsqu'on souhaite connaître son état de santé ! La créature peut même reproduire un dessin du joueur, et ce, de manière évolutive, a maîtrise du trait augmentant légèrement avec la pratique.

Ciblant les enfants, l'intérêt décroît rapidement comme dans les simulations ludiques de ce type. Le « programme de l'animal de compagnie » que l'on trouve dans le menu Pause contient une série de tests qui ont pour but de faire évoluer les interactions. Nous constatons que la réalité augmentée du jeu vidéo Eye Pet a un double objectif : prendre possession des joueurs et de leurs salons mais également du statut des animaux vivants qui y habitent.

Enfin, la réalité augmentée qui consiste à intégrer des éléments virtuels dans notre perception de la réalité est appliquée dans un jeu vidéo de la console portable PSP de Sony. La logique de jeu se rapproche de celle de Pokémon : les *Invizimals*. Le but du jeu est de trouver les créatures invisibles à l'œil nu à l'aide de la console. Le joueur incarne un chasseur qui, armé de sa console et du bruit de compteur Geiger qui détecte les proies, part à la recherche des *Invizimals*, les combats pour les capturer avant de les faire combattre entre eux. Avec EyePet, le joueur était transporté dans l'écran de télévision. Avec la caméra de la console PSP, ce sont

---

<sup>831</sup> Test du jeu *Eye Pet* du site Playfrance.fr (le site n'existe plus).

les créatures qui se dénichent dans la géographie de la réalité.

### 3. Les jeux de construction et les poupées vidéoludiques

Les figurines playmobil et leur entreprise ne montrent pas un grand intérêt pour les jeux vidéo si bien que seuls de rares jeux centrés sur les univers du cirque, des pirates ou du moyen-âge existent. Présents dans la presse pour enfants, l'animation et le jouet, les figurines ne nous offre rien et ce, malgré la féminisation progressive des jouets : « Partant d'un univers très masculin, Playmobil s'est ouvert à des thématiques destinées aux filles qui représentent désormais 45% de la production ». <sup>832</sup> Du côté des jouets et des animaux, ce sont le parc zoologique, l'aquarium, la ferme, le centre d'équitation qui dominent. Le chien et le chat, s'ils sont intégrés aux univers, n'en possèdent actuellement pas. Quant à la féminisation en marche, <sup>833</sup> au regard des mondes proposés que sont le shopping, le mariage, le fitness, la princesse, la maison de poupée et les féeries des elfs, elle n'est nullement à entendre sous terme d'émancipation. La consultation de la totalité des catalogues allemands de la marque l'a confirmé.

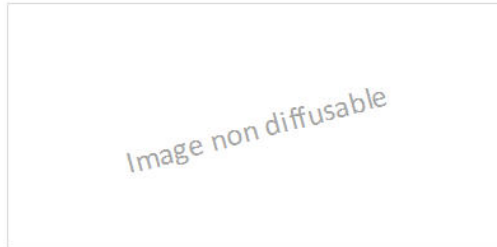
À l'exact opposé des Playmobil, Lego qui est son concurrent direct danois appuie son pouvoir et sa popularité croissante sur la constitution d'un catalogue de jeux vidéo très fourni. Les jeux vidéo sont pleinement intégrés à la politique commerciale. Les licences des catalogues de jouets se déclinent en jeux vidéo : Ninjago, Indiana Jones, Star Wars, Jurassic world, Marvel, Batman, Harry Potter etc. Parmi elles, le numéro un mondial du marché du jouet depuis 2014 a sorti un unique jeu vidéo tiré de sa toute nouvelle gamme pour filles. Il s'agit du jeu vidéo *Lego Friends* (2013) sur Nintendo 3DS dans lequel les chiens de compagnie accompagnent la bande d'amies dans leurs aventures urbaines.

---

<sup>832</sup> « Les 10 chiffres qui résument Playmobil », 23.06.2014 sur <https://www.challenges.fr/entreprise/playmobil-40-ans-de-succes-en-10-chiffres> 42618.

<sup>833</sup> Nous préciserons qu'entre 2000 et 2015, une femme, Andrea Shauer, fut à la tête de la société.

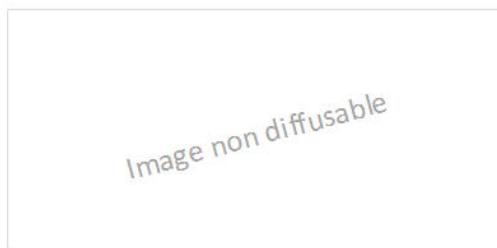
Illustration 80



Le jeu vidéo *Lego Friends* sur Nintendo DS (2013)

Et que penser de la série Les SIMS, la maison de poupée vidéoludique de ces *Little computer people* célèbres dans le monde entier ?<sup>834</sup> Le terrain de recherche vidéoludique sur le chien en est à ses prémisses, « nom d'un homme » !

Illustration 81



Extension du jeu des *SIMS 4* (*Chiens et chats*), sortie prévue le 10.11.2017

---

<sup>834</sup> Fanny Lignon, « Les Sims ou la vie virtuelle », dans *Idées*, n° 150, 2007, p. 50-56 ; Tony Fortin, *Légendes urbaines*, Châtillon, 2010.



Conclusion

**Conclusion**



## Conclusion générale

### Seuls ensemble...avec les chiens

Nous construisons nos technologies, et celles-ci en retour, nous façonnent. C'est pourquoi, face à chaque technologie, nous devons nous demander si elle est au service de nos buts humains - et cette question nous force également à réfléchir à nos valeurs et à la direction que nous prenons. Notre époque présente une telle opportunité : c'est pourquoi j'ai écrit *Seuls ensemble*.<sup>835</sup>

Arrivé au bout du jeu vidéo de notre histoire labyrinthique et médiatique des chiens, l'apparition de *Game Over* met un terme à notre quête scientifique. Pourtant, quelques secondes seulement après l'annonce tragique de la fin de la partie, comme au temps des jeux vidéo d'arcade, apparaît sur l'écran *Insert Coin to continue*. Que faire ? Recommencer une partie ? La partie précédente était-elle déjà oubliée ?

Ce travail de recherche nous a amené à explorer différentes îles de l'archipel de la mappemonde vidéoludique. Dans notre chapitre consacré à la littérature de jeunesse, des livres scolaires aux albums, nous nous sommes focalisé sur l'histoire de cette littérature destinée aux enfants. Ce regard historique nous a permis de constater le parallèle avec l'histoire des jeux vidéo : la fureur de lire a précédé la fureur de jouer. Le livre a été l'objet par lequel l'image s'est émancipée des mots et des paroles. Au sein de la transmission de fables, de contes et de romans, les illustrations des livres et des albums n'ont cessé de gagner en importance et légitimité. La démocratisation du livre est aujourd'hui totale, comme le montrent la *Bibliothèque rose* et la *Bibliothèque verte*. Le livre d'aujourd'hui, au même titre que la bande dessinée, se trouve au commencement d'un nouveau chapitre de son évolution : le numérique.

La bande dessinée, deuxième île de notre périple, nous a surpris par la ligne claire de séparation entre ce qu'est l'illustration des livres (l'image s'appose à la narration) et le langage des images. Le phylactère en est en quelque sorte le symbole : il forme l'espace fermé à l'intérieur du dessin. Illégitime et populaire, la bande dessinée qui a été officialisée neuvième art est avant tout un art graphique. Le triomphe de ces histoires en estampes est

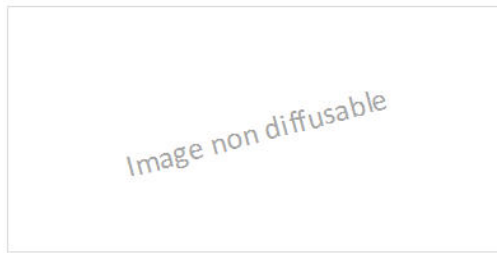
---

<sup>835</sup> Sherry Turkle, *Seuls ensemble. De plus en plus de technologies De moins en moins de relations humaines*, Éditions L'Échappée, 2015.

indiscutable, que ce soit aux États-Unis des *Superman*, au Japon de *Dragon Ball* ou dans la célèbre Europe franco-belge de Milou !

À l'intérieur de ces cases, l'histoire scientifique du chien dans la bande dessinée a rendu compte de la complexité du passage entre le chien réel et le chien de BD. Elle a également montré que derrière l'homogénéité du chien de bande dessinée se cache une diversité d'individus chiens : Personne ne confondrait Milou avec Snoopy ou Rantanplan avec Cubitus. Quant à la frontière qui sépare le chien de la famille de la bande dessinée avec les héros canins de télévision, elle semble tenir sur un fil:

#### Illustration 1



Le chien fictif réel de la BD est humilié face au chien réel fictif de la télévision<sup>836</sup>

Nos chapitres sur l'animation, le cinéma, le documentaire animalier et la publicité télévisée ont confirmé l'étendue de la présence canine dans les cultures médiatiques. L'anthropomorphisme, jamais en manque d'imagination, y a donné naissance à des icônes internationales : le bestiaire du monde merveilleux de Disney, comme les chiens de cartoon des studios américains diffusant leur humour sur les écrans de télévision dans les salons du monde entier méritent notre attention. Ils construisent un imaginaire graphique et narratif à une échelle internationale. L'influence du visionnaire Walt Disney en Europe et au Japon sur la création artistique constitue le parangon. Néanmoins, malgré la reconnaissance récente de l'art de Disney et sa popularité, les critiques portent sur l'américanisation du monde et la déliquescence de l'art dans une logique mercantile. À l'instar du chien de la

---

<sup>836</sup> Funambill, *Jeux de Bill*, Roba, Dupuis, 1994 [1975], p.18.

bande dessinée, celui des dessins animés et des mangas sert lui aussi de lieu de passage. La réalité sociale du chien dans les sociétés y pénètre si bien qu'on y trouve souvent l'homme de la fourrière pour rappeler au téléspectateur que ces histoires de cabots ne sont pas entièrement fictives. Le cinéma, le documentaire animalier et la publicité rendent la visibilité du lieu de passage plus grande : les animaux vivants y incarnent un rôle. Puisant une fois de plus dans la littérature, le cinéma et la télévision ont vu émerger des chiens aux capacités bien plus supérieures à celles laissées par la science moderne. Ce n'est sûrement pas Lassie qui nous aboierait le contraire ? La fiction du cinéma ne s'est pas uniquement limitée à l'utiliser comme simple métaphore ou simple prétexte : des transformations génétiques opérées sur les animaux, au balisage animal du cyberspace en passant par la construction sociale de la féminité, les chats et les chiens de cinéma sont porteurs de sens et de réflexions. Ils sont encore le ciment social d'un couple, d'une famille ou le meilleur ami d'un enfant.

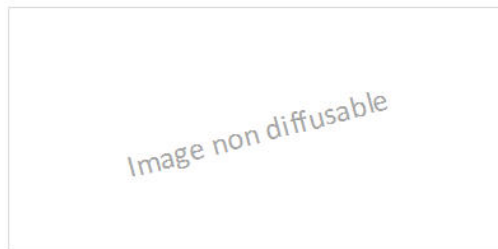
Le documentaire animalier grand public, derrière sa prétendue immunité, baigne lui aussi dans la fiction. Nous l'avons vu, le lion de la savane porte en lui le Roi lion de Disney et le système de jeu de Nintendogs dans les interactions de Kinectimals sur X-box. Programme court, le spot publicitaire, inclut le chien dans la promotion de produits et services qui ont un rapport au chien ou non. Sa malléabilité d'utilisation, sa présence dans toutes les pièces de la maison - sur le lit ou le canapé du salon - et son rôle dans des spots publicitaires pour des produits d'hygiène ou de soins indiquent sa banalisation dans les foyers et sa proximité corporelle avec les humains. Évidemment, l'industrie agro-alimentaire exploite cet art de la promotion.

Quittant ces îles de l'archipel remplies de téléspectateurs, notre quête nous a finalement conduit à l'île principale : l'île aux enfants de la génération Barbie et Nintendo. Les jouets, objets de plaisir et de jeu réservés aux enfants, forment une ronde ludique dans laquelle les imaginaires et les produits manufacturés tournent en rond sur le globe terrestre. Principalement produits en Chine, le jouet demeure associé aux nations historiques du marché du jouet : le Japon, les États-Unis et l'Allemagne. Observatoire de la mondialisation et de la centralité des médias dans la culture des enfants, le jouet met à la disposition des chercheurs de nombreux chiens - les chiens figurines, les peluches et les robots chien - et une majorité croissante de Pets.

Enfin, arrivé à la capitale du Japon - ville historique de plaisir, d'industrie, de l'électronique et d'une culture (populaire) dont raffole le monde au XXIe siècle - notre quête nous a

## Conclusion

confrontés à une nouveauté : le chien réel tokyoïte et le chien virtuel du jeu vidéo Nintendogs. La relation entre le chien réel et le chien fictif venait de prendre une nouvelle dimension. Pour écrire son histoire, il faut commencer une nouvelle partie. Notre époque présente une opportunité : Écrire une histoire du chien dans les jeux vidéo du point de vue de l'animal nécessitera une ronde de scientifiques : Seuls ensemble...avec des chiens.



## Conclusion

## Bibliographie

- AIRENTI Gabriella, « Aux origines de l'anthropomorphisme. Intersubjectivité et théorie de l'esprit, dans *Gradhiva*, n° 15, 2012, p. 35-53.
- ALGOUD Albert, *Le Haddock illustré. L'intégrale des jurons du capitaine*, Paris, 1991.
- AMMOUCHE Sélim, « Le jeu dans le jeu », dans Gilles Brougère (éd.), *Penser le jeu. Les industries culturelles face au jeu*, Paris, 2015, p. 25–41.
- ANDRO-UEDA Makiko et BUTEL Jean-Michel (éd.), 2014, *Histoires d'amour : quelques modalités de relation à l'autre au Japon. Actes du neuvième colloque de la Société française des études japonaises*, Arles.
- APOSTOLIDÈS Jean-Marie, *Les métamorphoses de Tintin*, Paris, 2006.
- ARTINGER Kai, « Schwäche bedeutete Tod. Zum Wandel des Todesbildes in Tierkampfbildern der Malerei », dans Jessica Ulrich et Antonia Ulrich (éd.), *Tiere und Tod. Tierstudien*, Berlin, 2014.
- AUBERGER Janick, « Entre l'écrit et l'image, l'animal de fiction, un homme travesti ? », dans *Contre-jour*, n° 13, 2007, p. 133–151.
- AUDUREAU William, *L'histoire de Mario, 1981-1991. L'ascension d'une icône, entre mythes et réalité*, Châtillon, 2011.
- AUDUREAU William ; LEMAIRE Oscar, *La guerre des mascottes. L'histoire de Mario vol. 2 : 1990-1995*, Châtillon, 2017.
- AZUMA Hiroki, *Génération Otaku. Les enfants de la postmodernité*, Paris, 2001.
- BACON Francis, *La nouvelle Atlantide*, Paris, (1627) 2000.
- BAHUAUD Myriam, *Les stratégies de droits dérivés : entre logique publique et commerciale. Le cas des produits dérivés pour enfants et des programmes télévisés français*, Bucarest, 28 juin - 3 juillet 2003.
- BAILLY Jean-Christophe, *Le versant animal*, Paris, 2007.
- BALDIN Damien, *Histoire des animaux domestiques XIXe-XXe siècle*, Paris, 2014.
- BALTEAU Sylvain, *Docteur Fourrure*, Paris, 2015.
- Bang ! Manga nouvelle vague*, n°9, novembre 2005.
- BARATAY Éric, « Architectures animales », dans *Histoire de l'art*, n° 49, 2001, p. 91–97.

- *Et l'Homme créa l'animal*, Paris, 2003.
- « Les socio-anthropologues et les animaux. Réflexions d'un historien pour un rapprochement des sciences », dans *Sociétés*, n° 108, 2010, p. 9–18.
- *Bêtes de somme. Des animaux au service des hommes*, Paris, 2011.
- « Chacun jette son chien. De la fin d'une vie au XIXe siècle », dans *Romantisme*, n° 153, 2011, p. 147–162.
- « Du chien réel au chien de BD, et retour », dans Éric Baratay et Philippe Delisle (éd.), *Milou, Idéfix et Cie. Le chien en BD*, Paris, 2012, p. 275–288.
- « Le chien intelligent, les oscillations éthologiques », dans Éric Baratay et Philippe Delisle (éd.), *Milou, Idéfix et Cie. Le chien en BD*, Paris, 2012, p. 241–245.
- *Le point de vue animal*, Paris, 2012.
- « Le triomphe de l'animal de compagnie », dans Éric Baratay et Philippe Delisle (éd.), *Milou, Idéfix et Cie. Le chien en BD*, Paris, 2012, p. 135–139.
- *Bêtes des tranchées. Des vécus oubliés*, Paris, 2013.
- *Des bêtes et des dieux*, Paris, 2015.
- BARATAY Éric; BÉATA Claude; DESPRET Vinciane, *Chiens, chats ... Pourquoi tant d'amour*, Paris, 2015.
- BARATAY Éric et DELISLE Philippe (éd.), 2012, *Milou, Idéfix et Cie. Le chien en BD*, Paris.
- BARATAY Éric; HARDOUIN-FUGIER Elisabeth, *Zoos. Histoire des jardins zoologiques en occident (XVIe-XXe siècle)*, Paris, 1998.
- BARDAINNE Claire ; SUSCA Vincenzo, « Quand le bon goût vient des égouts. L'imaginaire de Ratatouille », dans *Sociétés*, n° 98, 2007, p. 81–86.
- BARRAL Étienne, *Otaku. Les enfants du virtuel*, Paris, 2001.
- BARROUX Gilles, « La santé des animaux et l'émergence d'une médecine vétérinaire au XVIIIe siècle », dans *Revue d'histoire des sciences*, n° 64, 2011, p. 349-376.
- BAUDRILLARD Jean, *Le système des objets*, Paris, 1978.
- BAUDRY Julien, « Histoire de la bande dessinée française », dans *Neuvième Art 2.0*, 2012.
- BECK Corinne et GUIZARD Fabrice (éd.), 2002, *La bête captive au Moyen Âge et à l'époque moderne*, Amiens.
- BECK Jerry, *Looney Tunes. L'encyclopédie*, Paris, 2003.

- BEKOFF Marc, *Les émotions des animaux*, Paris, 2013.
- BELDI Ariane, *Le DVD et la transformation des séries TV en œuvres* [Le cas de la réception des séries TV d'animation japonaise en Europe], Thèse, 2013.
- BELOTTI Elena Gianini, *Du côté des petites filles*, Paris, 1976.
- BERDAH Delphine, « Entre scientification et travail de frontières : Les transformations des savoirs vétérinaires en France, XVIIIe-XIXe siècles », dans *Revue d'histoire moderne et contemporaine*, n° 59, 2012, p. 51-96.
- BERGER John, « Le zoo », *Critique*, n°375-376, Éditions de minuit, août-septembre 1978, p. 821-825.
- BERRY Vincent, « Du jouet au jeu vidéo et réciproquement », dans Bruno Girveau et Dorothée Charles (éd.), *Des jouets et des hommes*, Paris, 2011, p. 78–85.
- « Et si le jeu vidéo n'était qu'un jeu ? », dans Gilles Brougère (éd.), *Penser le jeu. Les industries culturelles face au jeu*, Paris, 2015, p. 43–67.
- BERTRAND Sébastien, « The lion King ou la tragédie au pouvoir », dans *Cahiers Robinson*, n° 35, 2014, p. 87–98.
- « Adolescence et mythologies. Saint Seya, manga et anime éducatifs », dans *Cahiers Robinson*, n° 38, 2015, p. 241–254.
- BIAGINI Cédric, *L'emprise numérique. Comment Internet et les nouvelles technologies ont colonisé nos vies*, Montreuil, 2012.
- BIRNBAUM Jean (éd.), 2010, *Qui sont les animaux?*, Paris.
- BISKIND Peter, *Le Nouvel Hollywood*, Paris, 2006.
- BLANC Nathalie, *Les animaux et la ville*, Paris, 2000.
- BLANCHARD Christophe, « Ce que les noms des chiens des sans-abris révèlent de leurs maîtres », dans *Anthropozoologica*, n° 50, 2015, p. 99–117.
- BLANCHET Alexis, *Des pixels à Hollywood. Cinéma et jeu vidéo, une histoire économique et culturelle*, Châtillon, 2010.
- BOBIS Laurence, *Les neuf vies du chat*, Paris, 1991.
- BONNARDEL Yves, « Idée de nature, humanisme et négation de la pensée animale », dans David Chauvet, Enrique Utria et Pierre Jouventin (éd.), *La raison des plus forts. La conscience déniée aux animaux*, Paris, 2010, p. 75–97.
- BONNELL Bruno, *Viva la Robolution. Une nouvelle ère pour l'humanité*, Paris, 2012.



- BOROCZ Lillian, « Les punks à chien et les marginaux à chien », dans *Empan*, n° 96, 2014, p. 130–136.
- BOUISSOU Jean-Marie, « Pourquoi aimons-nous le manga ? Une approche économique du nouveau soft power japonais », dans *Cités*, n° 27, 2006, p. 71–84.
- « Une fable cyberpunk sur la mémoire historique, l'identité japonaise et l'ordre international : GUNNM, de Kishiro Yukito », dans *Japon Pluriel*, n° 7, 2007, p. 465–474.
- « Pourquoi aimons-nous le manga ? », dans *Critique internationale*, n° 38, 2008, p. 9–18.
- *Manga. Histoire et univers de la bande dessinée japonaise*, Arles, 2014.
- BOUJOT Corinne; CASILLI Antonio, « Interfaces bestiales. Rôle et place des animaux dans l'imaginaire virtuel », dans *Espaces et sociétés*, 2002, p. 59–85.
- BOULLE Pierre, *La planète des singes*, Paris, 1963.
- BOYER Frédéric, « Un animal dans la tête », dans Jean Birnbaum (éd.), *Qui sont les animaux?*, Paris, 2010, p. 11–25.
- BROHM Jean-Marie, « Un chien se meurt... », dans *Prétentaine*, 7/8, 1997, p. 297–310.
- BROUGÈRE Gilles, « Le jeu à la poupée bébé et ses accessoires. Le rôle du jouet dans la structuration du jeu contemporain », dans *Ethnographica*, n° 9, 1993.
- « Les parcs d'attraction », dans *Educação e Pesquisa*, n° 26, 2000, p. 11–21.
- *Jouets et compagnie*, Paris, 2003.
- « La ronde de la culture enfantine de masse », dans Gilles Brougère (éd.), *La ronde des jeux et des jouets. Harry, Pikachu, Superman et les autres*, Paris, 2008, p. 5–21.
- 2008, *La ronde des jeux et des jouets. Harry, Pikachu, Superman et les autres*, Paris.
- « Combien vaut en Pokémon ? Pokémon en France », dans Joseph Tobin (éd.), *La grande aventure de Pikachu. Grandeur et décadence du phénomène Pokémon*, Toulouse, 2013, p. 271–299.
- 2015, *Penser le jeu. Les industries culturelles face au jeu*, Paris.
- BRUGEILLES Carole ; CROMER Isabelle ; CROMER Sylvie, « Les représentations du masculin et du féminin dans les albums illustrés ou comment la littérature enfantine contribue à élaborer le genre », dans *Population*, n° 57, 2002, p. 261–292.

- BRUNO Pierre, « Groupes multimédias et jouets. L'exemple du groupe Disney », dans Gilles Brougère (éd.), *La ronde des jeux et des jouets. Harry, Pikachu, Superman et les autres*, Paris, 2008, p. 107–118.
- 2003, « Presses jeunes et identités féminines », dans *La lettre de l'enfance et de l'adolescence*, no. 51, p. 55-60.
- 2001, « Qu'apprend la presse éducative ? », dans *Le français aujourd'hui*, no. 132, p. 96-103.
- BUCKINGHAM David ; SEFTON-GREEN Julian, « Structure, capacité d'agir et pédagogie dans la culture des médias pour enfants », dans Joseph Tobin (éd.), *La grande aventure de Pikachu. Grandeur et décadence du phénomène Pokémon*, Toulouse, 2013.
- BUENO Hanna, *Témoignages de femmes vétérinaires en France de 1950 à nos jours*, Thèse, École nationale vétérinaire d'Alfort, 2011.
- BURGAT Florence, *Animal, mon prochain*, Paris, 1997.
- *Liberté et inquiétude de la vie animale*, Paris, 2006.
- *Violence et non-violence envers les animaux en Inde*, Paris, 2014.
- *L'humanité carnivore*, Paris, 2017.
- BUTLEN Max; DUBOIS-MARCOIN Danielle, « Débat sur les évolutions de la littérature jeunesse, entre création, édition et enseignement », dans *Le français aujourd'hui*, n° 149, 2005, p. 7–19.
- « Présentation. La littérature de jeunesse, repères, enjeux et pratiques », dans *Le français aujourd'hui*, n° 149, 2005, p. 3–6.
- CAILLOIS Roger, *Les jeux et les hommes*, Paris, (1958) 2006.
- CASTA Isabelle-Rachel, « L'animalité métaphorique en dark fantasy », dans *Cahiers Robinson*, n° 34, 2013, p. 157–168.
- CAUQUETOUX Denis, *Animaux rigolos*, Paris, 2009.
- CAVALLO Guglielmo et CHARTIER Roger (éd.), 2001, *Histoire de la lecture dans le monde occidental*, Paris.
- CHAPOUTIER Georges ; KAPLAN Frédéric, *L'Homme, l'Animal et la Machine*, Paris, 2011.
- CHAPPUIS Romain, « La japonité selon Jeanne d'Arc. Mythes et récits occidentaux dans le manga et l'animé », dans *Critique internationale*, n° 38, 2008, p. 55–72.

- CHARLES Dorothée, « Dis-moi qui tu es. Je te dirai à quoi tu joues », dans Bruno Girveau et Dorothée Charles (éd.), *Des jouets et des hommes*, Paris, 2011, p. 60–69.
- CHARON Jean-Marie, « La presse magazine, un média à part entière ? », dans *Réseaux*, n° 105, 2001, p. 53–75.
- « Lire et grandir en s'amusant, ou la grande aventure de la presse des jeunes », dans *Éla, Études de linguistique appliquée*, n° 130, 2003, p. 223–236.
- CHATEAU-CANGUILHEM Johann, « Corps et espaces cyberérotiques », dans *Hermès, La revue*, n° 69, 2014, p. 116–120.
- CHAUVET David, UTRIA Enrique et JOUVENTIN Pierre (éd.), 2010, *La raison des plus forts. La conscience déniée aux animaux*, Paris.
- CHELEBOURG Christian, « Walt Disney ou la possibilité d'un rêve. Éléments de métalecture », dans *Cahiers Robinson*, n° 35, 2014, p. 9–20.
- CHEVAL Bastien, *Le cinéma d'animation et l'interrogation du réel* [Hybridations et enchevêtrements du domaine de l'humain et de l'image par image], Thèse, 2014.
- CHEVALDONNÉ Yves ; LAFRANCE Jean-Paul, « BD, dessins animés et jeux vidéo, même combat ! », dans *Hermès, La revue*, n° 54, 2009, p. 107–115.
- CHRISTOPHE Didier, *Comparaison du chien de bande dessinée et du chien perçu par son propriétaire*, Thèse, École nationale vétérinaire d'Alfort, 2005.
- CLERGET Joël, « L'étoffe de mon doudou », dans *Spirale*, n° 43, 2007, p. 27–37.
- CROWLEY John, « L'imaginaire politique des jeux vidéo », dans *Critique internationale*, n° 38, 2008, p. 73–90.
- CYRULNIK Boris (éd.), 1998, *Si les lions pouvaient parler. Essais sur la condition animale*, Gallimard.
- 1998, *Si les lions pouvaient parler. Essais sur la condition animale*, Paris.
- DACHEUX Éric, « Introduction générale », dans *Hermès, La revue*, n° 54, 2009, p. 11–17.
- DAGORNE Elaine, *Quand Disney nous dit : Tu seras un homme mon fils, tu seras une femme ma fille* [Représentations et socialisations de genre par les longs métrages classiques de Walt Disney], Mémoire, Science-Po Lyon, 2010.
- DALLA BERNARDINA Sergio, *L'éloquence des bêtes. Quand l'homme parle des animaux*, Paris, 2006.
- DAMAMME Jeanne, « Du chat botté à Buzz l'éclair, héros de l'enfance », dans Bruno Girveau et Dorothée Charles (éd.), *Des jouets et des hommes*, Paris, 2011, p. 70–77.

- D'ANDREA Fabio ; MORONI Elisa, « De la bête au super-héros. Valorisations de l'animalité dans la BD », dans *Sociétés*, n° 106, 2009, p. 33–44.
- DASEN Véronique, « De la Grèce à Rome. Des jouets pour grandir », dans Bruno Girveau et Dorothée Charles (éd.), *Des jouets et des hommes*, Paris, 2011, p. 52–59.
- DEBOUZY Marianne, « La poupée Barbie », dans *Clio. Histoire, femmes et sociétés*, n° 4, 1996.
- DECAULNE Armelle (éd.), 2013, *Arbres et dynamiques*, Clermont Ferrand.
- DELISLE Philippe, « Bill, second enfant de la famille ? », dans Éric Baratay et Philippe Delisle (éd.), *Milou, Idéfix et Cie. Le chien en BD*, Paris, 2012, p. 113–132.
- « La BD francophone, terre d'aventures canines ? », dans Éric Baratay et Philippe Delisle (éd.), *Milou, Idéfix et Cie. Le chien en BD*, Paris, 2012, p. 5–23.
- « Rantanplan, comparse devenue 'gagdog' en chef », dans Éric Baratay et Philippe Delisle (éd.), *Milou, Idéfix et Cie. Le chien en BD*, Paris, 2012, p. 181–197.
- DELORT Robert, *Les animaux ont une histoire*, Paris, 1984.
- DEMONTOY André, *Dictionnaire des chiens illustres. À l'usage des maîtres cultivés*, Paris, 2012.
- *Dictionnaire des chiens illustres. À l'usage des maîtres cultivés*, Paris, 2013.
- DEPAUW Valentine, « La figure de la bête dans les contes des XVIIe et XVIIIe siècles », dans *Cahiers Robinson*, n° 34, 2013, p. 23–34.
- DESCOLA Philippe, *Par-delà nature et culture*, Paris, 2005.
- DESPRET Vinciane, *Penser comme un rat*, Versailles, 2009.
- « Des intelligences contagieuses », dans Jean Birnbaum (éd.), *Qui sont les animaux?*, Paris, 2010, p. 110–126.
- DEYZIEUX Agnès, « Les grands courants de la bande dessinée », dans *Le français aujourd'hui*, n° 161, 2008, p. 59–68.
- DIAMOND Jared, *Effondrement. Comment les sociétés décident de leur disparition ou de leur survie*, Paris, 2006.
- DIGARD Jean-Pierre, *L'homme et les animaux domestiques. Anthropologie d'une passion*, Paris, 1990.
- *Les Français et leurs animaux*, Paris, 1999.

- « La construction sociale d'un animal domestique : le pitbull », dans *Anthropozoologica*, n° 39, 2004, p. 17–26.
- DONG-BACH Vo, *Conception et évaluation de nouvelles techniques d'interaction dans le contexte de la télévision interactive*, Thèse, Télécom ParisTech, 2013.
- DUPUY-FROMY Serge, *Les jeux vidéo dans la société française [Des années 1970 au début des années 2000]*, Thèse, Université Paris-Est, 2012.
- DUTEIL-OGATA Fabienne, « Les pratiques funéraires des animaux de compagnie. Nouveaux traitements, nouvelles corporéités », dans *Japon Pluriel*, n° 7, 2007, p. 39–48.
- « Nouvelles technologies et pratiques funéraires contemporaines », dans *Japon Pluriel*, n° 8, 2010, p. 291–302.
- « La place de l'animal de compagnie dans les mégapoles japonaises : un animal urbanisé ? », dans Gilles Teissonnières et Daniel Terolle (éd.), *A la croisée des chemins contributions et réflexions épistémologique en anthropologie urbaine*, Paris, 2012, p. 195–228.
- ELISSEEFF Danielle, « Les animaux sous une chape de plomb », dans *Anthropozoologica*, n° 18, 1994, p. 17–28.
- ELLENBERGER Henri, « Jardin zoologique et hôpital psychiatrique », dans Boris Cyrulnik (éd.), *Si les lions pouvaient parler. Essais sur la condition animale*, Paris, 1998.
- ESTEBANEZ Jean, « Ceux qui sont proches. Les soigneurs au zoo », dans *Sociétés*, n° 108, 2010, p. 47–57.
- EVENO Patrice, « Medias et publicité. Une association équivoque mais indispensable », dans *Le Temps des médias*, n° 2, 2004.
- FASTREZ Pierre ; CAMPION Baptiste, « L'hybridation BD / jeu vidéo : émulsion impossible ? », dans *Hermès, La revue*, n° 54, 2009, p. 117–118.
- FERREZ Eliane ; DAFFLON Anne-Claude, « Sexisme dans la littérature enfantine. Analyse des albums avec animaux anthropomorphiques », dans *Cahiers Internationaux de Psychologie Sociale*, n° 57, 2003, p. 23–38.
- FEYEL Gilles, « Naissance, constitution progressive et épanouissement d'un genre de presse aux limites floues : le magazine », dans *Réseaux*, n° 105, 2001, p. 19–51.
- « Presses et publicité en France (XVIIIe et XIXe siècles) », dans *Revue historique*, n° 628, 2003, p. 837–868.
- FIESCHI Jean-André, « Poulpe au regard de soie ! », dans Jean-André Fieschi, Patrick Lacoste et Patrick Tort (éd.), *L'animal écran*, Paris, 1996, p. 13–30.

- FIÉVET Cyril, *Les robots*, Paris, 2002.
- FLEURUS Sylvain et BARRAUD Caroline (éd.), 1996, *Histoires de chiens*, Paris.
- FLICHY Patrice, *Les industries de l'imaginaire*, Grenoble, 1991.
- FLIPO Fabrice ; DOBRÉ Michelle; MICHOT Marion, *La face cachée du numérique*, Paris, 2013.
- FONTENAY Élisabeth de, *Le silence des bêtes*, Paris, 1998.
- « Milou contre Descartes », dans *Philosophie Magazine*, 8 Hors-série, 2010, p. 14–15.
- FORTIN Tony, *La guerre*, Châtillon, 2008.
- *Football stories*, Châtillon, 2009.
- *Légendes urbaines*, Châtillon, 2010.
- FOSTER Alan Dean, *Alien. Le huitième passager*, Paris, 1979.
- FOURNIER Mauricette, « La forêt de Princesse Mononoké d'Hayao Miyazaki. Une contribution poétique à la prise de conscience environnementale », dans Armelle Decaulne (éd.), *Arbres et dynamiques*, Clermont Ferrand, 2013, p. 203–218.
- FRIOUX Stéphane, « Les insectes, menace pour la ville à la belle époque ? », dans Stéphane Frioux et PÉPY Émilie-Anne (éd.), *L'animal sauvage entre nuisance et patrimoine*, Lyon, 2009, p. 115–130.
- FRIOUX Stéphane et PÉPY Emilie-Anne (éd.), 2009, *L'animal sauvage entre nuisance et patrimoine*, Lyon.
- GAIOTTI Florence, « Présences animales dans les mondes de l'enfance », dans *Cahiers Robinson*, n° 34, 2013, p. 5–10.
- Game stories. L'histoire secrète du jeu vidéo*, Paris, 2011.
- GARRIC Henri, « Le bête est morte. Dessin animalier et différence », dans *Neuvième Art 2.0*, 2012.
- GENVO Sébastien, *Le Game Design de jeux vidéo [Approche communicationnelle et interculturelle]*, Thèse, Université Paul Verlaine, 2006.
- Géo, chats du monde*, Hors-série, 2010 (réédition de 2004).
- GINGRAS-PAQUETTE Étienne, « Les espaces clos du divertissement », dans *Cahiers du Gerse 5*, 2006.
- GIRVEAU Bruno et CHARLES Dorothée (éd.), 2011, *Des jouets et des hommes*, Paris.

- GLASSER Jean-Claude, « Une longue histoire d'amour. La bande dessinée américaine et ses lectrices », dans *Neuvième Art*, n° 6, 2001.
- GORGES Florent, *L'histoire de Nintendo 1889-1980. Des cartes à jouer aux Game & Watch*, Châtillon, 2008.
- *L'histoire de Nintendo 1980-1991*, Châtillon, 2009.
- *L'histoire de Nintendo 1983-2003*, Châtillon, 2011.
- GOSCINNY René; UDERZO Albert, *Idéfix et la petite fille*, Paris, 1973.
- GOUABAULT Emmanuel, *La résurgence contemporaine du symbole du dauphin* [Approche socio-anthropologique], Thèse, Université Montpellier 3, 2006.
- *Les présences des animaux dans les médias : des processus d'« encitoyennement » ?*, Lyon, 2012.
- GREY Margaret; GREY Gerry, *Teddy Bären. Alles Wissenswerte über das Sammeln und Restaurieren alter und neuer Teddybären*, Köln, 1997.
- GRIMAUD Emmanuel, « Androïde cherche humain pour contact électrique, les cinétiques de l'attachement en robotique », dans *Gradhiva*, n° 15, 2012, p. 77-100.
- GROENSTEEN Thierry, « Enfance », dans *Neuvième Art 2.0*, 2012.
- GROENSTEEN Thierry, « femme » : « femme (1) : représentation de la femme » et « femme (2) : la création au féminin », dans *Neuvième Art 2.0*, 2014.
- GROENSTEEN Thierry; MORGAN Harry, « Super-héros », dans *Neuvième Art 2.0*, 2012.
- GUATTARI Félix, « Tokyo l'orgueilleuse », dans *Multitudes*, n° 13, 2003.
- GUILLO Dominique, *Des chiens et des humains*, Paris, 2009.
- HANQUEZ-MAINCENT Marie-Françoise, *Barbie, Poupée totem. Entre mère et fille : lien ou rupture?*, Paris, 1998.
- HÉBERT Xavier, « Tezuka Osamu (1928-1989), esprit novateur du manga », dans *Ebisu*, n° 27, 2001, p. 139-151.
- HENRIOT Jacques, *Le jeu*, Paris, 1966.
- HÉRAN Emmanuelle, *Beauté animale*, Paris, 2012.
- HEUDIN Jean-Claude, *Les créatures artificielles. Des automates aux mondes virtuelles*, Paris, 2008.
- *Robots et avatars. Le rêve de Pygmalion*, Paris, 2009.

- HIROFUMI Katsuno; MARET Jeffrey, « La localisation de la série télé Pokémon pour le marché américain », dans Joseph Tobin (éd.), *La grande aventure de Pikachu. Grandeur et décadence du phénomène Pokémon*, Toulouse, 2013, p. 123–158.
- HOROWITZ Alexandra, *Dans la peau d'un chien*, Paris, 2011.
- HOUDART Sophie et THIERRY Olivier (éd.), 2011, *Humains, non humains. Comment repeupler les sciences sociales*, Paris.
- HUBCHER Ronald, « L'invention d'une profession : Les vétérinaires au XIXe siècle », dans *Revue d'histoire moderne et contemporaine*, n° 43, 1996, p. 686-708.
- HUE Jean-Louis, *Le chat dans tous ses états*, Paris, 1982.
- HUIZINGA Johan, *Homo ludens. Essai sur la fonction sociale du jeu*, Paris, (1951) 2008.
- HUXLEY Aldous, *Le meilleur des mondes*, Genève, (1933) 1973.
- ICHBIAH Daniel, *La saga des jeux vidéo*, Châtillon, 2014.
- IWABUCHI Koichi, « Au-delà du « cool Japan », la globalisation culturelle... », dans *Critique internationale*, n° 38, 2008, p. 37–53.
- « Quelle est la part du « typiquement japonais » dans Pokémon ? », dans Joseph Tobin (éd.), *La grande aventure de Pikachu. Grandeur et décadence du phénomène Pokémon*, Toulouse, 2013, p. 85–120.
- JACQUES Mathieu-Alexandre, « L'énonciation de l'interdit Ou comment Tim Burton a dynamité de l'intérieur les formations imaginaires », dans Charles Perraton, Étienne Paquette et Pierre Barrette (éd.), *Un monde merveilleux. Dispositifs, hétérotopies et représentations chez Disney*, Montréal, 2004.
- JAMET Thomas, *Ren@issance mythologique. L'imaginaire et les mythes à l'ère digitale*, Paris, 2011.
- JOLIVET Elina, *La place de l'animal au théâtre*, Thèse, 2012.
- JOLIVET Muriel, « Féminisme, travail et mariage », dans Jean-François Sabouret (éd.), *La dynamique du Japon. De 1854 à nos jours*, Paris, 2005, p. 357–377.
- KACZOROWSKI Samuel, *L'œuvre filmique d'Ozamu Tezuka et son incidence sur le cinéma d'animation*, Thèse, Université de Toulouse 2, 2014.
- KAENEL Philippe, « Les fantaisies canines de Rodolphe Töpffer », dans Éric Baratay et Philippe Delisle (éd.), *Milou, Idéfix et Cie. Le chien en BD*, Paris, 2012, p. 27–42.
- KAKU Michio, *Une brève histoire du futur. Comment la science va changer le monde*, Paris, 2014.



- KAPLAN Frédéric, *La métamorphose des objets*, Limoges, 2012.
- KIDSON Mike, « Cinquante ans d'illustrés anglais pour les filles », dans *Neuvième Art*, n° 12, 2001.
- Kinder Surprise. Il y a une surprise dans l'air*, Paris, 2008.
- KLENSCH Caroline, « Adaptez, adaptez ! Il en restera toujours quelque chose », dans *Cahiers Robinson*, n° 35, 2014, p. 163–170.
- KLINE Stephen, « Le jouet, une simple marchandise ? », dans Bruno Girveau et Dorothee Charles (éd.), *Des jouets et des hommes*, Paris, 2011, p. 44–51.
- KLINE Stephen ; BOTTERILL Jacqueline, « Médias et marketing des jeux et jouets », dans Gilles Brougère (éd.), *La ronde des jeux et des jouets. Harry, Pikachu, Superman et les autres*, Paris, 2008, p. 119–139.
- KOENIG Karl, *Frère animal. L'homme et l'animal dans le mythe et dans l'évolution*, Paris, 1971.
- KOYAMA-RICHARD Brigitte, *L'animation japonaise. Du rouleau peint aux Pokémon*, Paris, 2010.
- KRIEGK Jean-Samuel ; LAUNIER Jean-Jacques, *Art ludique*, Paris, 2011.
- La bête est morte. La guerre mondiale chez les animaux*, Paris, (1944-1945) 2010.
- LACASSIN Francis, « Quand 'la Vache qui rit' devançait 'Félix le chat' et 'Mickey la souris' », dans *1895. Mille huit cent quatre-vingt-quinze*, n° 53, 2007, p. 210–225.
- LANTY Caroline, *Le scandale de l'animal business*, Paris, 2009.
- LAPORTE Yves, « Les chats du Père-Lachaise, contribution à l'ethnozoologie urbaine », dans *Terrain*, n° 10, 1998, p. 37–50.
- LARDELLIER Pascal, « Le « cyber-onanisme ». Une sexualité technicisée et individualisée », dans *Hermès, La revue*, n° 69, 2014, p. 121–123.
- « La vie est un jeu. De Tokyo à Buenos Aires, de chat perché aux jeux vidéo : bienvenue dans un monde ludique ! », *Courrier International*, Hors-série, octobre-décembre 2013.
- LE FAUCHEUR Virginie, *L'anthropomorphisme dans la relation Homme-chien est-il compatible avec le bien-être du chien ?* [Aspects éthologiques, sociologiques, psychologiques et culturels], Thèse, École nationale vétérinaire d'Alfort, 2008.
- LECOINTRE Guillaume, « Y a-t-il des extraterrestres dans mon assiette ? », dans *Sciences et Science-fiction*, 2010, p. 131–133.

- LEMAIRE BATTISTELLA Valérie, *L'animal dans la publicité pour les médicaments humains*, Thèse vétérinaire, Faculté de Médecine de Créteil, 2008.
- LEMOINE Clément, « Des souris, des hommes », dans *Neuvième Art*, n° 12, 2006.
- LENTSCHNER Keren, « Disney, maître des plus puissantes licences de l'Entertainment », dans *Le Figaro*, t. 2015, 15.12.2015.
- LESTEL Dominique, *Les amis de mes amis*, Paris, 2007.
- *L'animal est l'avenir de l'homme*, Paris, 2010.
- *Apologie du carnivore*, Paris, 2011.
- LÉVY Louis, « Ce que disent les animaux humanisés dans la caricature de presse naissante », dans *Ridiculusa*, n° 10, 2003, p. 243–254.
- LÉVY Maurice, *Les 100 mots de la communication*, Paris, 2006.
- LEWIS Roy, *Pourquoi j'ai mangé mon père*, Arles, 1990.
- LIGNON Fanny, « Les Sims ou la vie virtuelle », dans *Idées*, n° 150, 2007, p. 50-56.
- MACDONOGH Katherine, *Histoire des animaux de cour*, Paris, 2011.
- MAKINO Takefumi, *Gunpei Yokoi. Vie et philosophie du dieu des jouets Nintendo*, Châtillon, 2010.
- MANGUEL Alberto, *Au pays des jouets. Cent ans d'aventure*, Paris, 2006.
- MANSON Michel (éd.), 1985, *Les états généraux de la poupée*, Paris.
- *Jouets de toujours*, Paris, 2001.
- « Fabriquer et vendre des jouets », dans Bruno Girveau et Dorothée Charles (éd.), *Des jouets et des hommes*, Paris, 2011, p. 28–43.
- « Quand les animaux écrivent pour les enfants. Les autobiographies animales au XIXe siècle », dans *Cahiers Robinson*, n° 34, 2013, p. 49–66.
- MARZACK Justine, *Batman origines. Petite anthropologie de l'homme chauve-souris*, Paris, 2014.
- MASSUET Jean-Baptiste, *Quand le dessin animé rencontre le cinéma en prises de vues réelles* [Modalités historiques, théoriques et esthétiques d'une scission-assimilation entre deux régimes de représentation], Thèse, 2013.
- MCHUGH Susan, *Des Hommes et des ... Chiens*, Lonay, 2005.

- MELMOUX-MONTAUBIN Marie-Françoise, *L'enfant et l'animal dans la littérature de jeunesse du second XIXe siècle*, L'animal du XIXe siècle, site de l'université Paris 7, octobre 2008, colloque organisé par l'université Paris 7, sur : <http://www.equipe19.univ-paris-diderot.fr/Colloque%20animal/Melmoux-Montaubin.pdf>.
- MELSON Gail, *Les animaux dans la vie des enfants*, Paris, 2009.
- MÉON Jean-Matthieu, « L'illégitimité de la bande dessinée et de son institutionnalisation. Le rôle de la loi du 16 juillet 1949 », dans *Hermès, La revue*, n° 54, 2009, p. 45–50.
- MERY Fernand, *Le chien son mystère*, Paris, 1970.
- MEUNIER Sarah, « Les recherches sur le jeu vidéo en France. Émergence et enjeux », dans *Revue anthropologie des connaissances*, n° 11, 2017, p. 379–396.
- MICHALON Jérôme, « *L'animal thérapeute* », *socio-anthropologie de l'émergence du soin par le contact animalier*, Thèse, Université Jean Monnet, 2011.
- MICHELI-RECHTMAN Vanina ; BALZERANI Margherita, « Corps contemporain, postmodernité et jeux vidéo. Le syndrome de Lara Croft », dans *La clinique lacanienne*, n° 14, 2008, p. 135–147.
- MOISSEEFF Marika, « Alien, une initiation familiale bien particulière de mère en fille », dans *Le divan familial*, n° 7, 2001.
- MOISSEEFF Marika, « La procréation dans les mythes contemporains : une histoire de science-fiction », dans *Anthropologie et sociétés*, vol. 29, n° 2, 2006, 69-94.
- MONESTIER Martin, *Les animaux célèbres*, Paris, 2008.
- MONNOT Catherine, « Les filles et la chanson pop. Entre industries et identités », dans Gilles Brougère (éd.), *La ronde des jeux et des jouets. Harry, Pikachu, Superman et les autres*, Paris, 2008, p. 92–106.
- *Les petites filles d'aujourd'hui. L'apprentissage de la modernité*, Paris, 2009.
- MONTAGUT-LOBJOIT Myriam, *La « cybertélévision » ou La télévision à l'heure du numérique* [Les contours sociotechniques d'une transition], Thèse, université Michel de Montaigne Bordeaux III, 2007.
- MONTOYA-SORS Corinne, « Il était une fois le loup...ou les nouvelles mésaventures du petit chaperon rouge dans quelques dessins humoristiques », dans *Ridiculosa*, n° 6, 1999, p. 209–226.
- MORGAN Harry, « Animaux », dans *Neuvième Art 2.0*, 2012.
- MORRIS Desmond, *Le chat révélé*, Paris, 1987.

- MOUGENOT Catherine ; LUCIENNE STRICAY, *Le pire ennemi de l'homme. Du lapin de garenne aux guerres biologiques*, Paris, 2011.
- MOUTOU François, « Les monstres peuvent-ils être monstrueux ? », dans *Sciences et Science-fiction*, 2010, p. 119–129.
- NACHEZ Michel ; SCHMOLL Patrick, « Violence et sociabilité dans les jeux vidéo en ligne », dans *Sociétés*, n° 83, 2003, p. 5–17.
- NICOLINO Fabrice, *Bidoche. L'industrie de la viande menace le monde*, Paris, 2009.
- NIÈRES-CHEVREL Isabelle, « Faire une place à la littérature de jeunesse », dans *Revue d'histoire littéraire de la France*, n° 102, 2002, p. 97–114.
- NOUHET-ROSEMAN JOËLLE, « Dans son tee-shirt Hello Kitty, lolita lit des mangas », dans *Adolescence*, n° 57, 2006, p. 735–749.
- NOURISSIER François, *Lettre à mon chien*, Paris, 2002.
- OCTOBRE Sylvie et SIROTA Régine (éd.), 2010, *Enfance et culture. Actes du colloque*, Paris.
- OLIVIER Isabelle, « Animaux merveilleux et philosophiques dans à la croisée des Mondes », dans *Cahiers Robinson*, n° 34, 2013, p. 169–182.
- OLIVIER-MESSONIER Laurence, « La grande guerre et l'exploitation de l'animal à destination des enfants », dans *Cahiers Robinson*, n° 34, 2013, p. 81–92.
- PAQUETTE Andréanne, « Un regard anthropologique sur le rituel de la salle obscure », dans *Cahiers du Gerse 5*, 2006.
- PASTOUREAU Michel, *Les animaux célèbres*, Paris, 2001.
- *Bleu, histoire d'une couleur*, Paris, 2002.
- *L'ours. Histoire d'un roi déchu*, Paris, 2007.
- *Bestiaires du Moyen Âge*, Paris, 2011.
- PASTOUREAU Michel ; SIMONNET Dominique, *Le petit livre des couleurs*, Paris, 2005.
- PEARSON Sue, *Les ours*, Paris, 1996.
- PEETERS Benoît, *Lire la bande dessinée*, Paris, 2002.
- PELT Jean-Marie, *La solidarité chez les plantes, les animaux, les humains*, Paris, 2004.
- PELT Jean-Marie; SÉRALINI Gilles-Éric, *Après nous le déluge*, Paris, 2006.

- PERRATON Charles, PAQUETTE Étienne et BARRETTE Pierre (éd.), 2004, *Un monde merveilleux. Dispositifs, hétérotopies et représentations chez Disney*, Montréal.
- PETIT Maryse, « À propos de Fantasia : création et mise en anima », dans *Cahiers Robinson*, n° 35, 2014, p. 61–74.
- PIÈCES ET MAIN D'ŒUVRE, *Le téléphone portable, gadget de destruction massive*, Montreuil, 2008.
- PIETTE Albert, « Entre l'homme et le chien. Pour une ethnographie du fait socio-animal », dans *Socioanthropologie*, n° 11, 2002, p. 87–104.
- PIGGOTT Juliette ; CECCATTY René de, *Légendes du Pays du Soleil-Levant*, Paris, 1987.
- POLO DE BEAULIEU, MARIE ANNE, « Enseignes, cris, textes. Les pratiques publicitaires au Moyen Âge », dans *Le Temps des médias*, n° 2, 2004.
- « Pop Japan, Manga, cinéma, mode...Le triomphe de l'autre Japon », *Courrier international hors-série*, mars-avril-mai 2010.
- PORCHER Jocelyne, « L'esprit du don. Archaïsme ou modernité de l'élevage ? », dans *Revue de MAUSS*, n° 20, 2002.
- « Histoire contemporaine d'un cochon sans histoire », dans *Revue de MAUSS*, n° 23, 2004, p. 397–407.
- *Vivre avec les animaux. Une utopie pour le XXIe siècle*, Paris, 2011.
- POUPÉE Karyn, *Les Japonais*, Paris, 2008.
- PRANEUF Michel, *L'ours et les hommes dans les traditions européennes*, Paris, 1989.
- RATEAU Dominique, « Un livre, est-ce que c'est comme un jouet ? », dans *Spirale*, n° 24, 2002, p. 96–98.
- RÉMY Catherine, *La fin des bêtes. Une ethnographie de la mise à mort des animaux*, Paris, 2009.
- RENARD Jules, *Histoires naturelles*, Paris, 2003.
- RENNESSON Stéphane ; GRIMAUD Emmanuel ; CÉSARD Nicolas, « Jeux d'espèces. Quand deux scarabées se rencontrent sur un ring », dans Sophie Houdart et Olivier Thierry (éd.), *Humains, non humains. Comment repoupler les sciences sociales*, Paris, 2011, p. 30–39.
- RENOIR Alain, « Les fourmis », dans Boris Cyrulnik (éd.), *Si les lions pouvaient parler. Essais sur la condition animale*, Paris, 1998, p. 388–401.

- ROCHE Daniel, *La culture équestre de l'Occident XVIe - XIXe siècle. L'ombre du cheval*, Paris, 2015.
- ROSSANT Lyonel; VILLEMEN Valérie, « L'animal et le développement de l'enfant », dans Boris Cyrulnik (éd.), *Si les lions pouvaient parler. Essais sur la condition animale*, Gallimard, 1998, p. 1306–1325.
- ROUSSELET-BLANC Vincent ; MANGEZ Caroline, *Les animaux guérisseurs*, Paris, 1992.
- ROUVIÈRE Nicolas, « Idéfix une figure paradoxale », dans Éric Baratay et Philippe Delisle (éd.), *Milou, Idéfix et Cie. Le chien en BD*, Paris, 2012, p. 140.
- RUFO Marc, « Loup, y es-tu ? Entends-tu ? », dans Boris Cyrulnik (éd.), *Si les lions pouvaient parler. Essais sur la condition animale*, Gallimard, 1998, p. 1334–1347.
- SABOURET Jean-François (éd.), 2005, *La dynamique du Japon. De 1854 à nos jours*, Paris.
- SABRE Clothilde, « De Hello Kitty au Yuru Kyara. Le kawaii au service de la promotion du tourisme ? », dans *Japon Pluriel*, n° 11, 2017.
- SADIN Éric, *L'humanité augmentée. L'administration numérique du monde*, Montreuil, 2013.
- *La vie algorithmique. Critique de la raison numérique*, Paris, 2015.
- SADOUL Numa, *Tintin et moi. Entretiens avec Hergé*, Paris, 2000.
- SAINT-EXUPÉRY Antoine de, *Terre des Hommes*, Paris, (1939) 2003.
- SANDRAS-FRAYSSE Agnès, « 1856 vu par Le Charivari. Année bestiaire ou année zoo ? », dans *Sociétés & Représentations*, n° 27, 2009, p. 39–64.
- SEFTON-GREEN Julian, « Rites initiatiques. Un petit garçon dans un Pokémonde », dans Joseph Tobin (éd.), *La grande aventure de Pikachu. Grandeur et décadence du phénomène Pokémon*, Toulouse, 2013, p. 207–239.
- SERVAIS Olivier, « Du décor virtuel à l'avatar métamorphe. Les figures de l'animal dans le jeu vidéo World of Warcraft », dans *Religiologiques*, n° 32, 2015, p. 351–394.
- SERVIER Jean, *L'homme et l'invisible*, Paris, 1964.
- SILVESTER Hans, *Les chats du soleil*, Paris, 2004.
- *Un monde de chats, au jour le jour*, Paris, 2008.
- SIMAK Clifford, *Demain les chiens*, Paris, 2015.
- SIMONDON Gilbert, *Deux leçons sur l'animal et l'homme*, Paris, 2004.

- SIMONPIERI Julien, *Réception du dessin animé japonais en France de 1971 à nos jours*, Thèse, Université Paris X Nanterre, 2009.
- SLEIGH Charlotte, *Des Hommes et des ... Fourmis*, Paris, 2005.
- SMOLDEREN Thierry, « 1. Les débuts de la bande dessinée dans l' « Illustrated London News » », « 2. Les suppléments de Noël et d'été », « 3. Les bandes dessinées journalistiques du « Graphic » et de l' « Illustrated London News » », dans *Neuvième Art 2.0*, 2012.
- SOUYRI Pierre-François, *Moderne sans être occidental. Aux origines du Japon d'aujourd'hui*, Paris, 2016.
- STEPHANY Martina, *Fische sind Freunde* [Zur Beziehung von Menschen und Tieren im Zeichentrickfilm], Thèse, Université de Münster, 2008.
- « Supplément technologique du Courrier international », dans *Courrier international*, n° 994, 19-25 novembre 2009, p. 84–86.
- TALIN Christian, *Anthropologie de l'animal de compagnie. L'animal, autre figure de l'animalité*, Paris, 2000.
- TANIGUCHI Jirô, *Terre de rêves*, Paris, 2005.
- TATSUYAMA Sayuri, *Le Paradis des chiens*, Grenoble, 2014.
- TEISSONNIÈRES Gilles et TEROLLE Daniel (éd.), 2012, *A la croisée des chemins contributions et réflexions épistémologique en anthropologie urbaine*, Paris.
- TIBÉRI Jean-Paul, « Rantanplan, au fil des albums », dans Éric Baratay et Philippe Delisle (éd.), *Milou, Idéfix et Cie. Le chien en BD*, Paris, 2012, p. 165–177.
- TISON Guillemette, « Le bestiaire des écoliers de la IIIe République », dans *Cahiers Robinson*, n° 34, 2013, p. 35–48.
- TISSERON Serge, *Tintin et le secret d'Hergé*, Paris, 2009.
- « De l'animal numérique au robot de compagnie : quel avenir pour l'intersubjectivité ? », dans *Revue française de psychanalyse*, n° 75, 2011, p. 149–159.
- TOBIN Joseph (éd.), 2013, *La grande aventure de Pikachu. Grandeur et décadence du phénomène Pokémon*, Toulouse.
- TOMASOVIC Dick, « Disney, Danse, Dessin. Une conception chorégraphique de l'animation », dans *Cahiers Robinson*, n° 35, 2014, p. 33–46.
- TRAÏNI Christophe, *La cause animale. Essai de sociologie historique. 1820-1980*, Paris, 2011.

- TRICLOT Mathieu, *Philosophie des jeux vidéo*, Paris, 2011.
- TROUILLARD Emmanuel, « Géographie animée. L'expérience de l'ailleurs dans l'œuvre de Hayao Miyazaki », dans *Annales de géographie*, 695-696, 2014, p. 626–645.
- TRUCHE Nathalie, *Chiens, Chats : Un trafic en or*, Paris, 2012.
- TURKLE Sherry, *Seuls ensemble. De plus en plus de technologies de moins en moins de relations humaines*, Paris, 2015.
- ULRICH Jessica et ULRICH Antonia (éd.), 2014, *Tiere und Tod. Tierstudien*, Berlin.
- VANDROMME Pol, *Le monde de Tintin*, Paris, 1959.
- VANHÉE Olivier, « La production d'une « culture manga » en France. Une analyse sociologique de la pluralité des appropriations et pratiques liées au manga », dans *Japon Pluriel*, n° 7, 2007, p. 437–446.
- VANNEAU Victoria, *Le chien. Histoire d'un chien de compagnie*, Paris, 2014.
- VERRIER Etienne, « Les perroquets, Milou, le Yéti et les autres. Les animaux dans les aventures de Tintin », dans *Ethnozootechnie*, n° 88, 2010, p. 59–72.
- « Milou, un sage épicurien », dans Éric Baratay et Philippe Delisle (éd.), *Milou, Idéfix et Cie. Le chien en BD*, Paris, 2012, p. 85–105.
- VEYRAT-MASSON Isabelle, « Christian Blachas, de Stratégies à Culture-Pub », dans *Le Temps des médias*, n° 2, 2004, p. 8–16.
- VIDAL Denis, « Figures de cire et tableaux vivants », dans Sophie Houdart et Olivier Thierry (éd.), *Humains, non humains. Comment repeupler les sciences sociales*, Paris, 2011, p. 281–291.
- « Vers un nouveau pacte anthropomorphique ! Les enjeux anthropologique de la nouvelle robotique », dans *Gradhiva*, n° 15, 2012, p. 55-75.
- VIMENET Pascal, *Animation [cinéma d']*, dans *Neuvième Art 2.0*, 2013.
- VINCENT Frédéric, « La structure initiatique du manga. Une esquisse anthropologique du héros », dans *Sociétés*, n° 106, 2009, p. 57–64.
- VINCENT Sandrine, *Le jouet et ses usages sociaux*, Paris, 2001.
- WAAL Franz de, *Le singe en nous*, Paris, 2011.
- WINICOTT D. W., *Jeu et réalité*, Paris, 1971.



WITKOWSKI Nicolas, *Petite métaphysique des jouets. Éloge de l'intuition enfantine*, Paris, 2011.

ZEGAÏ Mona, *Les jouets pour enfants au regard du genre*, Mémoire de Master, Université de Versailles-Saint-Quentin, 2007.

— « La fabrique des genres à travers le jouet », dans *Chantiers Politiques*, n° 6, 2008, p. 112–120.

— « Trente ans de catalogues de jouets. Mouvements et permanences des catégories de genre », dans Sylvie Octobre et Régine Sirota (éd.), *Enfance et culture. Actes du colloque*, Paris, 2010.

## Les Sources supplémentaires

### Magazines de jeunesse (allemands) et catalogues de jouets

*Barbie*, 01/2014, Ehapa

*Chi Chi Love Kleine Hunde große Liebe*, 1/2012, Blue Ocean

*Disney kleine Tierfreunde*, 1997, Disney

*Filly*, 13/2012, Blue Ocean

*Jessy*, 01/2012, Panini

*Lissy*, 01/2012, Pabel Moewig

*Littlest Pet shop*, 04/11, Panini

*Palace Pets*, 2/2015, Ehapa

*Pets*, 04/2011, Ehapa

*Playmobil girls*, 1/2014, Blue Ocean

*Tiere Freunde fürs Leben*, 01/2012, Panini

*Tiere Freunde fürs Leben Tierbabys*, 06/2011, Panini

*Total tierlieb*, 5/2011, blue Ocean

*Total tierlieb*, 7/2010, blue Ocean

*Wendy*, 02/2012, Ehapa

JOUETS CLUB : printemps 2012 (259 pages), Noël 2012 (725 pages), Noël 2013 (435 pages), 2014

LA GRANDE RÉCRÉ : 2015

LEGO (catalogues) : juillet-décembre 2012, janvier-juillet 2014, juillet-décembre 2014, Lego Club 2014, juillet-décembre 2015, janvier-juin 2016, juillet-décembre 2016, janvier-juin 2017, juillet-décembre 2017

MICROMANIA : 2011, 2012

NINTENDO : 2010, 2011, Nintendo DS/Wii

OSTHEIMER : 2011/2012, 2015/2016

PAPO : 2011, 2015

PLAYMOBIL : 2011, 2012, 2013, 2014, 2015, 2016, 2017

RAVENSBURGER : 2013/2014

SCHLEICH : 2009, 2012, 2013, 2014, 2015, 2016, 2017

STEIFF : automne-hiver 2013, printemps-automne 2014, automne-hiver 2014, Collectors 02/2014, Collectors 01/2015. printemps-été 2015, automne-hiver 2015,

SYLVANIANS FAMILIES : 2012

TIPTOI : 2013, 2017

TOYSRUS : 2012

V-TECH : 2011/2012, 2012, 2013, 2014/2015, 2016

### **Le magazine *IG - L'esprit du jeu vidéo* (Ankama Presse)**

« Vis ma vie de chien », *IG L'esprit du jeu vidéo* n°10, septembre/octobre 2010, p.182-185

« Donkey Kong », *IG L'esprit du jeu vidéo* n°11, novembre/décembre 2010, p.16-21

« Le Roi des singes, son nuage et son grand bâton », *IG L'esprit du jeu vidéo* n°11, novembre/décembre 2010, p.186-189

« Dossier Sonic 1ère partie », *IG L'esprit du jeu vidéo* n°12, janvier/février 2011, p.180

« Jeux de pêche », *IG L'esprit du jeu vidéo*, n°12, janvier/février 2011, p.228-233

« Bomberman 1<sup>ère</sup> partie », *IG L'esprit du jeu vidéo* n°15, août/septembre 2011, p.16-21

« Tekken (retrospective) », *IG L'esprit du jeu vidéo* n°15, octobre/novembre 2011, p.48-57

« Bomberman 2<sup>ème</sup> partie », *IG L'esprit du jeu vidéo* n°16, octobre/novembre 2011, p.216-223

« Les singes dans le jeu vidéo », *IG L'esprit du jeu vidéo* n°17, décembre 2011/janvier 2012, p.210

« Super Monkey Ball - rétrospective » *IG L'esprit du jeu vidéo* n°17, décembre 2011/janvier 2012, p.222-227

« The Legend of Zelda Skyward Sword », *IG L'esprit du jeu vidéo* n°17, décembre 2011/janvier 2012, p.36-39

« Décryptage, William Turner et Shadow of the Colossus », *IG L'esprit du jeu vidéo* n°18, février/mars 2012, p.176-181

- « Soul Calibur (retrospective) », *IG L'esprit du jeu vidéo* n°19, avril/mai 2012, p.212-217
- « Le jeu selon Fumito Ueda L'art de l'épure », *IG L'esprit du jeu vidéo* n°20, juin-juillet 2012, p.180-185
- « Luigi, l'autre Mario », *IG L'esprit du jeu vidéo* n°25, avril/mai 2013, p.134-137
- « Donkey Punch ! », *IG L'esprit du jeu vidéo*, Hors-série 1, juillet/août 2011, p.61-63
- « Donkey Kong », *IG L'esprit du jeu vidéo*, Hors-série 1, juillet/août 2011, p.50-60
- « Zelda Link's awakening », *IG L'esprit du jeu vidéo*, Hors-série 1, juillet/août 2011, p.254-257
- « Crazy Castle », *IG L'esprit du jeu vidéo* Hors-série 1, juillet/août 2011, p.40-46
- « Joe et Mac », *IG L'esprit du jeu vidéo*, Hors-série 1, juillet/août 2011, p.112-116
- « Les invités de SoulCalibur », *IG L'esprit du jeu vidéo*, Hors-série 1, juillet/août 2011, p.206-211
- « Zelda au Royaume champignon et un plombier en Hyrule », *IG L'esprit du jeu vidéo*, Hors-série 1, juillet/août 2011, p.246-253
- « Numéro spécial anniversaire : Les 25 ans de Zelda », *IG L'esprit du jeu vidéo*, Hors-série 2, novembre/décembre 2011
- « Donkey Kong Country », *IG L'esprit du jeu vidéo* Hors-série 4, juillet-août 2012, p.72-73
- « Mickey Mouse La carrière vidéoludique de la star des souris », *IG L'esprit du jeu vidéo* Hors-série 4, juillet-août 2012, p.156-161
- « Donald duck et autres canards Disney », *IG L'esprit du jeu vidéo* Hors-série 4, juillet-août 2012, p. 64-71
- « Sega, de constructeur de consoles à éditeur de jeux », *IG L'esprit du jeu vidéo* Hors-série n°6, mars/avril 2013, p.124

## **Sites et sources Internet**

### **- La littérature de jeunesse**

<http://www.bayard-jeunesse.com>

<http://www.bayam.fr/>

<http://www.bibliothequerose.com>

<http://www.atlas-plus.com/>

Le compte-rendu d'Anne-Marie Chartier (2009), sur : <http://strenae.revues.org/91>

Dossier de la Bibliothèque nationale de France (BNF), *L'album, emblème de l'évolution du livre pour enfants*. 6 pages sur : <http://expositions.bnf.fr/livres-enfants/pedago/albums.pdf>  
L'exposition « Babar, Harry Potter et Cie. Livres d'enfants d'hier et aujourd'hui » 2008-2009, BnF sur : <http://expositions.bnf.fr/livres-enfants/expo/decouverte/index.htm>

« Hasbro : transformers et Mon petit Poney bientôt en ebook », sur le site IDBOOX, le 11.04. 2011 sur <http://www.idboox.com/ebook/infos-ebooks/hasbro-transformers-et-mon-petit-pon-ey-bientot-en-ebooks/>

« Ebooks : des éditeurs et des parents lancent une plateforme pour enfants », le 21.05.2012 sur <http://www.idboox.com/ebook/infos-ebooks/ebooks-des-editeurs-et-des-parents-lancent-une-plateforme-pour-enfants/>

« Entre livres et jeux, les applications numériques pour enfants se développent », le 30.11.2011 sur Lepoint.fr sur : [http://www.lepoint.fr/culture/entre-livre-et-jeu-les-applications-numeriques-pour-enfants-se-developpent-30-11-2011-1402491\\_3.php](http://www.lepoint.fr/culture/entre-livre-et-jeu-les-applications-numeriques-pour-enfants-se-developpent-30-11-2011-1402491_3.php)

« Une tablette spécialement conçue pour les bébés », 15.08.2011 sur : <http://www.idboox.com/actu-reader/une-tablette-specialement-concue-pour-les-bebes/>

« *La coccinelle : la demoiselle signe la rentrée* », sept.2011 sur : <http://www.souris-grise.fr/la-coccinelle-la-demoiselle-signe-la-rentree/>

« *Apple mise à fond sur les appli éducatives et les ebooks scolaires* » le 4.03.2012 sur : <http://www.idboox.com/ebook/infos-ebooks/apple-mise-a-fond-sur-les-appli-educatives-et-les-ebooks-scolaires/>

## **- La bande dessinée, le dessin animé et l'audio-visuel**

[www.benjaminrabier.com](http://www.benjaminrabier.com).

[www.planetejeunesse.com](http://www.planetejeunesse.com).

<http://affichesdisney.canalblog.com>.

[www.Personnages-Disney.fr](http://www.Personnages-Disney.fr)

[www.lesgrandsclassiques.fr](http://www.lesgrandsclassiques.fr).

<http://www.disney.fr>

[www.BUTA-connection.net](http://www.BUTA-connection.net). (Studio Ghibli)

<http://www.telerama.fr/cinema/films/the-wild,259283,critique.php>.

<http://minuscule.tv/>

<http://www.allocine.fr/film/fichefilm-127951/secrets-tournage>.

<http://www.duckipedia.de/index.php5?title=Pluto>

*Les chevaux dans les dessins animés* du 31.05.2012, sur : <http://mag.monchval.com/les-chevaux-dans-les-dessins-animes-2>.

Le dossier « 15 araignées qu'il ne vaut mieux pas croiser au cinéma », par Thomas Imbert, le 31 juillet 2017 sur <http://www.allocine.fr/diaporamas/cinema/diaporama-18666020/?page=5>.

« Le dossier 10 films et séries qui ont lancé des modes d'animaux », Thomas Imbert, 2.07.2017 sur <http://www.allocine.fr/diaporamas/cinema/diaporama-18665017/?page=7>

« 10 movies that inspired Pet Trends » Michele Debczak, 29.12.2015 sur <http://mentalfloss.com/article/71877/10-movies-inspired-pet-trends>

« Hollywood's bought and abandoned fad dogs », Alisa Manzelli, 13.03.2013 sur <http://www.globalanimal.org/2013/03/15/hollywoods-bought-abandoned-fad-dogs/>

<http://www.allodoublage.com> est disponible sur [http://www.dailymotion.com/video/xn86pj\\_roger-carel-retrospective\\_shortfilms](http://www.dailymotion.com/video/xn86pj_roger-carel-retrospective_shortfilms).

<http://www.cinemotions.com>.

<http://www-1.milka.be/accueil/d%C3%A9couvrir/historique/la-vache-milka>.

<http://www.stmichel.fr/welovepoules/>.

Camille Gévaudan, « Chats sur le web : sélection des meilleurs représentants », le 5.12.2011 sur : <http://www.liberation.fr/medias/01012375616-ministre-de-l-ancien-keyboard-cat>.

<http://www.vivelapub.fr/le-stereotype-du-francais-dans-la-pub/>.

<http://www.culturepub.fr/videos/taco-bell-chihuahua/>.

*La vache la plus célèbre du monde*, rétrospective (saga), l'émission Culture-Pub, octobre 2011 <http://www.culturepub.fr/chapitres/la-vache-la-plus-celebre-de-la-pub-2011-10-02/>.

## **- L'album Panini**

<http://store.panini.fr/societe/le-groupe-panini.html>

<http://paninicomics.fr>

[www.paninionline.com](http://www.paninionline.com)

[www.paninimania.com](http://www.paninimania.com)

<http://aca.paninianimalworld.com>

<http://www.paninionline.com/collectibles/institutional/fr/fr/azienda.asp>

<http://www.coup-de-vieux.fr/les-fantastickers-de-panini/>.

<https://www.thedogandfriends.com>.

<http://www.chocolatpoulain.fr/#/la-saga> (consulté le 27 avril 2015).

« *L'invasion des poupées Winx* », 16/03/2010 sur [www.Francesoir.fr](http://www.Francesoir.fr)

<http://winxclubfrance.kazeo.com>.

[www.winxclub.com](http://www.winxclub.com) (consulté le 21.11.2012).

[www.winxclub-magix.com](http://www.winxclub-magix.com) (consulté le 21.11.2012).

#### **- Le magazine de presse**

[www.ehapa.de](http://www.ehapa.de)

<http://www.blue-ocean-ag.de/>

#### **- Les jouets**

Steiff : [http://www.steiff-peluche.fr/pages/histoire\\_margarete\\_steiff\\_2.php](http://www.steiff-peluche.fr/pages/histoire_margarete_steiff_2.php).

Les *Bisounours* : <http://cbezombes.free.fr/site/index2.htm>.

Barbie : <http://barbie-planet.kazeo.com/barbie-les-personnages/barbie-les-personnages,r1789719.html>

- <http://barbie-planet.kazeo.com>

Polly Pocket: <http://www.pollypocket.com/fr-fr/pollyworld/about>.

Lego: <https://www.lego.com/fr-fr>

Playmobil : <http://www.playmobil.fr>

Schleich: <http://www.schleich-s.com/fr>

Papo: [www.papo-france.com](http://www.papo-france.com).

Ostheimer: [www.ostheimer.de](http://www.ostheimer.de).

*TopModel*: <http://us.stylemodel.com/us/profile/christy>.

Ava Eschwège, « La réalité augmentée s'invite sur les paquets de Chocapic », in *Marketing Magazine* N°136 - 01/12/2009 sur <http://www.e-marketing.fr>

*La folie Playmobil*, Sophie Bourdais, *Télérama* n°3138, 06/03/2010.

## **- Nintendo : Un triomphe japonais ; Le chien tactile de la Nintendo DS**

[www.nintendo.fr](http://www.nintendo.fr)

<https://www.nintendo.fr/Iwata-demande/Iwata-Demande-Nintendo-3DS/Vol-4-nintendogs-cats/1-Pourquoi-cats-est-plus-petit-dans-le-logo/1-Pourquoi-cats-est-plus-petit-dans-le-logo-204721.html>.

<http://www.nintendo-master.com/news/nintendogs-recompense>.

Interview avec Hideki Konno, du 19.08.2005 sur <http://www.jeuxvideo.com/news/2005/00013417.htm>.

« NintendoDogs + Cats : Apprendre à éduquer son animal avec nintendogs+cats Qu'en pense un vétérinaire comportementaliste ? » du 26.09.2011 sur [http://jeuvideo.afjv.com/news/3971\\_nintendodogs\\_cats.htm](http://jeuvideo.afjv.com/news/3971_nintendodogs_cats.htm).

Test de *Nintendogs* (2005), publié le 18.10.2005 sur : <http://www.jeuxvideo.fr/jeux/nintendogs-dalmatien-ses-amis/preview-test-nintendogs-dalmatien-ses-amis.html>.

Test de *Nintendogs+cats* (2011) sur <http://www.jeuxvideo.com/articles/0001/00014573-nintendogs-cats-bouledogue-francais-ses-nouveaux-amis-test.htm>.

Test de la version Labrador et ses amis sur : <http://www.jeuxvideo.com/jeux/nintendogs/00012964-nintendogs-labrador-ses-amis.htm>.

Test de *Nintendogs* sur le site [www.next-nintendo.fr](http://www.next-nintendo.fr) (le site n'existe plus).

Test de *Nintendogs* sur <http://www.nintendo-master.com/jeux/ds/nintendogs/test>.

Critiques de joueurs disponibles sur : <http://www.jeuxvideo.com/avis/nintendogs-labrador-ses-amis/12964-1-1>.

[www.ubisoft.com](http://www.ubisoft.com)

<http://petz.fr.ubi.com/>.

[www.leapassion.fr.ubi.com](http://www.leapassion.fr.ubi.com).

« Ubisoft, une vraie SPA virtuelle » (News) du 08.08.2006 sur <http://www.jeuxvideo.com/news/2006/00017673.htm>.

« Ubisoft les chiffres clés et les studios », posté le 14.06.2016, [http://www.afjv.com/news/6402\\_ubisoft-les-chiffres-cles-et-les-studios.htm](http://www.afjv.com/news/6402_ubisoft-les-chiffres-cles-et-les-studios.htm)

Le site officiel de ce centre d'amusement <https://www.centrelapinscretins.com/> consulté le 12.08.2017.

« Ubisoft s'associe à IMG Worlds pour créer le plus grand parc d'attractions en intérieur au monde », posté le 7.12.2016, [http://www.afjv.com/news/7015\\_parc-d-attractions-ubisoft-s-associe-a-img-worlds.htm](http://www.afjv.com/news/7015_parc-d-attractions-ubisoft-s-associe-a-img-worlds.htm).



Test du jeu *Dogz*, le 18/04/2007 sur <http://www.jeuxvideo.com/articles/0000/00007561-dogz-test.htm>.

Critique de *Dogz*, février 2007, du site IGN <http://www.ign.com/articles/2007/02/13/dogz-review>.

Test de *Dogz*, sur : <http://www.jeuxvideo.com/recherche.php?q=dogz+>.

Test de *Dogz 2* sur <http://www.jeuxvideo.com/articles/0000/00008195-dogz-2-test.htm>.

Test de *Dogz 2* sur [http://www.gamekult.com/jeux/test-dogz-2-SU301000\\_4210t.html](http://www.gamekult.com/jeux/test-dogz-2-SU301000_4210t.html).

Test de *Catz 2* sur <http://www.jeuxvideo.com/avis/catz-2/19610-1-1>.

Test de *Bunnyz* sur <https://www.gamekult.com/jeux/bunnyz-84882/test.html>.

Test de *Bunnyz* sur <http://www.jeuxvideo.com/jeux/nintendo-ds/00021121-bunnyz.htm>.

Critiques de joueurs disponibles sur <http://www.jeuxvideo.com/articles/0000/00008999-bunnyz-test.htm>.

<http://www.jeuxvideo.com/jeux/wii/00025871-petz-sports-chiots-compagnie.htm>.

Test de *Trente millions d'amis* sur : <http://www.jeuxvideo.com/jeux/jeu-65093/>.

Test de *Dogs palace*, le 22.04.2008, sur [www.gamekult.com](http://www.gamekult.com).

Test d'*Eye Pet* du site Playfrance.fr (le site n'existe plus).

« Les 10 chiffres qui résument Playmobil », 23.06.2014 sur [https://www.challenges.fr/entreprise/playmobil-40-ans-de-succes-en-10-chiffres\\_42618](https://www.challenges.fr/entreprise/playmobil-40-ans-de-succes-en-10-chiffres_42618).

<http://fr.zelda.wikia.com/wiki/Epona>.

[www.pokemon.fr](http://www.pokemon.fr)

« Pokémon, retour sur un succès sans précédent », le 25.07.2016 ; « Étude exclusive sur le phénomène Pokémon Go : 60% des 15-24 ans ont déjà installé l'application » », le 28.07.2016, le site web de l'AFJV, sur : [http://www.afjv.com/news/6560\\_pokemon-go-retour-sur-un-succes-sans-precedent.htm](http://www.afjv.com/news/6560_pokemon-go-retour-sur-un-succes-sans-precedent.htm).

William Audureau, « Avec « Pokémon Go », Nintendo emmène les monstres de poche dans la rue », *Le monde.fr*, le 10.09.2015 sur [http://www.lemonde.fr/pixels/article/2015/09/10/avec-pokemon-go-nintendo-emmene-les-monstres-de-poche-dans-la-rue\\_4751229\\_4408996.html](http://www.lemonde.fr/pixels/article/2015/09/10/avec-pokemon-go-nintendo-emmene-les-monstres-de-poche-dans-la-rue_4751229_4408996.html).

« Les dresseurs de Pokémon, proies faciles pour les cybercriminels : qui est responsable ? », le site web de l'AFJV, le 28.07.2016, [http://www.afjv.com/news/6587\\_pokemon-go-cyber-criminalite-responsabilites.htm](http://www.afjv.com/news/6587_pokemon-go-cyber-criminalite-responsabilites.htm)

« Pokemon Go & DDoS : l'industrie du jeu vidéo dans le viseur des hackers », le 21.07.2016, [http://www.afjv.com/news/6550\\_pokemon-go-ddos-l-industrie-du-jeu-video-dans-le-viseur.html](http://www.afjv.com/news/6550_pokemon-go-ddos-l-industrie-du-jeu-video-dans-le-viseur.html).

L'émission *Du grain à moudre*, « Pokémon, ils sont arrivés près de chez vous », Raphael Bourgois, Émilie Chaudet, France culture, le 22.07.2016, 44 min.

L'émission *L'invité des matins d'été*, « Pokémon Go : réenchantement du réel », Olivia Gesbert, Benoit Bouscarel, France culture, le 05.08.2016, 20 min.

Le dossier *Kinect* sur <http://www.jeuxvideo.com/dossiers/00013774/kinect.htm>.

Le test du jeu *Dog's Life* sur [http://www.jeuxvideo.com/articles/0000/00003516\\_test.htm](http://www.jeuxvideo.com/articles/0000/00003516_test.htm) consulté le 21.08.2017.

[http://www.vgchartz.com/#graph\\_menu](http://www.vgchartz.com/#graph_menu) consulté le 10.09.2017.

## Sources audiovisuelles et radiophoniques

Ben Lewis, *Le livre selon Google*, 2012, 89 min (documentaire audio-visuel)

Henri Roanne et Gérard Valer, *Moi, Tintin*, 1992, 52 min. (documentaire audio-visuel)

Pascal Forneri, *Spirou, l'aventure humoristique*, 55 min, Arte, février 2013. (Documentaire audio-visuel)

Émission radiophonique *Une vie, une œuvre*, « Walt Disney (1901-1966) », 15.06.2013, 52 min, sur <http://www.franceculture.fr/emission-une-vie-une-oeuvre-walt-disney-1901-1966-2013-06-15> le 16.06.2013.

Hergé, entretien pour *l'émission 30 millions d'amis*, 29.07.1978 sur : <http://www.ina.fr/video/I08280430/herge-a-propos-de-milou-video.html>

*Walt Disney*, USA/France, 2015, 180 min, 2015, (documentaire audio-visuel)

*Super-héros, l'éternel combat*, USA/FR, 180 min, 2013. (Documentaire audio-visuel)

Dimitri Kourtchine, *La révolution VHS*, France, Arte, 2016, 53 min.

L'émission radiophonique *Concordance des temps*, « Les animaux en cage : sous le regard des hommes », avec Éric Baratay, France culture, 58 min, 18.02.2012, <http://www.franceculture.fr/emissions/concordance-des-temps/les-animaux-en-cage-sous-le-regard-des-hommes>.

L'émission radiophonique *Science publique* « Pourquoi le bruit des jouets nous casse-t-il les oreilles ? », France Culture, 28.12.2012, 57 min.

Le documentaire *Pas banal, l'animal*, BBC, 26 min, 2012.

Le DVD *Le seigneur des anneaux. Le retour du roi*, Les suppléments disc 2 [Les doublures numériques des chevaux], 2004.

Le film (documentaire) *Safari*, Ulrich Seidl, 2016.

*Nintendo Story*, Andreas Garbe, ZDF (Allemagne), 2013, 28 min

*La voie du chat*, Myriam Tonelotto une co-production La Bascule, Arte films, ZDF, 2009.

*Mang'attitude*, Tristant Dessert, 2013, 53 min

Le magazine d'informations *Enquête exclusive - Japon, le sexe et l'amour en crise*, 2016, sur <https://www.youtube.com/watch?v=xt2zzeJ90lc>.

*Jeu vidéo - Le dixième Art*, Daniel Albin, 2014, 52min (documentaire audio-visuel).

## Sources Internet IMAGES

### Introduction

Illustration 1 : <http://www.jeuxvideo.com/screenshots/37425-0-0>

Illustration 2 : <https://www.courrierinternational.com/magazine/2009/981-jeux-video-pourquoi-personne-ne-peut-y-echapper>

Illustration 3 : <http://teleobs.nouvelobs.com/galeries-photos/jeux-video/20131022.OBS2060/jeu-video-l-expo-de-la-cite-des-sciences.html>

### Littérature de jeunesse

Illustration 1 : <https://www.lechatbleu-libraire.fr/les-livres-roses-pour-la-jeunesse/10776-nos-braves-toutous-a-la-guerre-charles-guyon.html>

Illustration 2 : <http://www.priceminister.com/s/michael+chien+de+cirque+bibliotheque+verte>

Illustration 3 : <https://www.cdiscount.com/dvd/dvd-mangas-animation/coffret-remi-sans-famille-partie-1/f-10414-3700093970125.html>

Illustrations 4-7 : [https://www.google.fr/search?q=belle+et+sebastien&source=lnms&tbn=isch&sa=X&ved=0ahUKEwiFx6j07obXAhXKD8AKHWefDqgQ\\_AUICigB&biw=1366&bih=635](https://www.google.fr/search?q=belle+et+sebastien&source=lnms&tbn=isch&sa=X&ved=0ahUKEwiFx6j07obXAhXKD8AKHWefDqgQ_AUICigB&biw=1366&bih=635)

Illustration 8 : <http://www.bibliothequerose.com/oui-oui-oui-oui-et-le-chien-qui-saute>

Illustration 9 : <https://booknode.com/le-club-des-cinq-en-embuscade-016067/covers>

Illustration s10-12 : <http://www.bibliothequerose.com>

Illustration 13 : <http://www.idboox.com/applis-et-ebooks-enfants/handicap-chien-guide-pour-la-vie-un-ebook-pour-sensibiliser-les-enfants/>

Illustration 14 : [https://www.pocketjeunesse.fr/livres/collection-912-ans/1\\_survivants\\_lucky\\_le\\_solitaire-9782266233347/](https://www.pocketjeunesse.fr/livres/collection-912-ans/1_survivants_lucky_le_solitaire-9782266233347/)

### **La bande dessinée**

Illustration 1 : <http://www.bibliothequerose.com/boule-et-bill-tome-01-comme-chien-et-chat>

Illustration 2 : <https://www.pinterest.de/pin/142004194480442145/>

Illustration 3 : <http://www.jeuxvideo.com/jeux/jeu-60440/>

Illustration 4 : <https://wamiz.com/tooniz/top-7-jours.html>

Illustration 5 : <http://www.lebonchien.fr/chiens-bandes-dessinees/batman-et-robin/ace-84.html>

Illustration 6 - 7 : <https://comicvine.gamespot.com/adventure-comics-the-super-tests-of-the-super-pets>

Illustration 8 : <http://www.jeuxvideo.com/recherche.php?q=ast%C3%A9rix+>

Illustration 9 : <http://www.jeuxvideo.com/recherche.php?q=dogz+>

Illustrations 10-11 : <http://www.jeuxvideo.com/recherche.php?q=duck+hunt+>

Illustration 12 : <http://www.jeuxvideo.com/recherche.php?q=nintendogs+>

Illustration 13 : <http://www.bouleetbill.com/site/>

### **Le dessin animé**

Illustration 1 : <https://www.pinterest.fr/pin/328903579006889351/>

Illustration 2 : <http://www.programme.tv/c4664-boule-et-bill/bonne-nuit-4852921/>

Illustration 3 : <https://peremarquette1225.deviantart.com/art/Krypto-Vector-2-510197715>

Illustration 4 : <http://les-simpson12.skyrock.com/1146213678-maggy-petit-papa-noel-et-boule-de-neige.html>

Illustrations 5-6 : [www.jeuxvideo.com](http://www.jeuxvideo.com)

Illustration 7 : <http://sokrostream.ws/films/oliver-et-compagnie-7041.html>

Illustrations 8-9 : [www.disneyaffiches.fr](http://www.disneyaffiches.fr)

Illustration 10 : [www.jeuxvideo.com](http://www.jeuxvideo.com)

Illustrations 11-18 : [www.google.fr](http://www.google.fr)

Illustration 19 : [www.jeuxvideo.com](http://www.jeuxvideo.com)

## **L'audio-visuel**

Illustration 1 : <http://www.miaooland.com/chats-dans-la-fiction/Jones-Alien-27.html>

Illustration 2 : [http://paulparsons.files.wordpress.com/2010/02/internet\\_dog.jpg?w=450](http://paulparsons.files.wordpress.com/2010/02/internet_dog.jpg?w=450)

Illustration 3 : [http://www.allocine.fr/film/fichefilm\\_gen\\_cfilm=58018.html](http://www.allocine.fr/film/fichefilm_gen_cfilm=58018.html)

Illustration 4 : <http://img15.hostingpics.net/pics/314149Max.jpg>

Illustration 5 : <http://www.jeuxvideo.com/screenshots/47823-0-0>

Illustration 6 : <https://www.ecosia.org/images?p=1&q=dogmeat+fallout+4+jeuxvideo.com>

Illustration 7 : <https://www.ecosia.org/images?p=3&q=dogmeat+fallout+4+jeuxvideo.com>

Illustration 8 : <http://www.jeuxvideo.com/screenshots/63756-0-0>

Illustration 9 : <http://www.jeuxvideo.com/screenshots/63756-0-0>

Illustration 10 : <http://www.jeuxvideo.com/jeux/jeu-63360/>

Illustration 11 : [http://www.allocine.fr/film/fichefilm\\_gen\\_cfilm=7470.html](http://www.allocine.fr/film/fichefilm_gen_cfilm=7470.html)

Illustration 12 : [http://www.allocine.fr/film/fichefilm\\_gen\\_cfilm=108676.html](http://www.allocine.fr/film/fichefilm_gen_cfilm=108676.html)

Illustration 13 : <http://www.jeuxvideo.com/screenshots/5244-0-0>

Illustration 14 : <https://www.ecosia.org/images?q=lassie+dessin+anime+2013>

Illustration 15 : <http://www.jeuxvideo.com/jeux/nintendo-ds/00022100-nintendogs-chihuahua-ses-amis.htm>

Illustration 16 : [http://www.allocine.fr/film/fichefilm\\_gen\\_cfilm=144405.html](http://www.allocine.fr/film/fichefilm_gen_cfilm=144405.html)

## **Le documentaire animalier**

Illustration 1 : <http://www.jeuxvideo.com/screenshots/55567-0-0>

Illustration 2-6 : <http://www.jeuxvideo.com/jeux/jeu-75076/>

Illustration 7 : <http://www.jeuxvideo.com/jeux/playstation-2-ps2/00011045-dog-s-life.htm>

Illustration 8 : <http://www.jeuxvideo.com/screenshots/11045-0-0>

Illustration 9 : <http://www.jeuxvideo.com/screenshots/49914-0-0>

Illustration 10 : [http://www.paninimania.com/visite.php?pag=cid508\\_alb&idf=15&idm=666](http://www.paninimania.com/visite.php?pag=cid508_alb&idf=15&idm=666)

Illustration 11 :

[http://www.paninimania.com/visite.php?pag=cid508\\_alb&idf=15&idm=5200](http://www.paninimania.com/visite.php?pag=cid508_alb&idf=15&idm=5200)

Illustration 12 : (scan) d'une page de l'album *Tintin au Congo* (p.56), Casterman

## **La publicité**

Illustration 1 : <http://www.pubenstock.com/2012/cesar-tel-maitre-tel-chien-2/>

Illustration 2 : <https://www.ecosia.org/images?p=1&q=+dentastix+de+pedigree>

## **L'album Panini**

Illustration 1 : [https://en.wikipedia.org/wiki/File:Panini\\_Group\\_logo.svg](https://en.wikipedia.org/wiki/File:Panini_Group_logo.svg)

Illustrations 2-26 : [www.paninimania.com](http://www.paninimania.com)

## **Les jouets**

Illustration 1 : <https://www.ecosia.org/images?q=slinky+dog++de+toy+story>

Illustration 2 : <https://www.ecosia.org/images?q=razmotte+de+toy+story+>

Illustrations 3-4 : <https://www.ecosia.org/images?q=playmobil+girls+>

Illustration 4 : <http://www.jeuxvideo.com/screenshots/34558-0-0>

Illustration 5 : photo personnelle

Illustration 6 : <http://www.jeuxvideo.com/screenshots/63300-0-0>

Illustration 7 : <http://www.jeuxvideo.com/screenshots/36130-0-0>

Illustration 8 : <http://www.jeuxvideo.com/screenshots/14160-0-0>

Illustration 9 : photo personnelle (le musée de la poupée, Paris)

Illustration 10 : <https://www.ecosia.org/images?q=barbie+chiens+baignoire+>

Illustration 11 : <http://www.jeuxvideo.com/jeux/jeu-430122/>

Illustration 12 : <http://www.jeuxvideo.com/jeux/jeu-430121/>

Illustrations 13-15 : photographies personnelles

Illustration 16 : <http://cineparade.eklablog.com/la-planete-des-singes-1968-a4770590>

Illustrations 17-18 : photographies personnelles

Illustrations 19- 23 : <https://www.ecosia.org/images?p=1&q=kinder+surprise+>

Illustration 24 : <https://www.ecosia.org/images?q=lego+friends+>

Illustration 25 : <https://www.ecosia.org/images?q=ostheimer+hund+>

Illustration 26 : <https://www.ecosia.org/images?q=kinder+surprise+>

Illustrations 27-28 : photographies personnelles

Illustration 29 : <https://www.ecosia.org/images?q=steiff+1947+livre+>

Illustration 30 : <https://www.ecosia.org/images?q=zoomer+>

## **Nintendo : Un triomphe japonais**

Illustration 1 : <http://www.jeuxvideo.com/jeux/jeu-82122/>

Illustration 2 : <http://www.mistergameprice.com/jeu-game-and-watch-wide-screen-edition-snoopy-tennis->

Illustration 3 : <http://www.jeuxvideo.com/screenshots/1835-1882-1>

Illustration 4 : <http://www.jeuxvideo.com/screenshots/63095-605337-0>

Illustration 5 : <http://www.jeuxvideo.com/screenshots/1835-1882-0>

Illustration 6 : [http://www.paninimania.com/visite.php?pag=cid508\\_alb&idf=15&idm=2696](http://www.paninimania.com/visite.php?pag=cid508_alb&idf=15&idm=2696)

Illustration 7 : <https://www.youtube.com/watch?v=r4uD7wDUVW0>

Illustration 8 : <https://www.youtube.com/watch?v=r4uD7wDUVW0u>

Illustration 9 - 17: <http://www.jeuxvideo.com>

Illustration 18 : <http://pat2811.over-blog.com/article-perle-hama-pikachu-41286249.html>

Illustration 19 : <http://www.jeuxvideo.com/screenshots/2024-0-0>

Illustration 20 - 27 : [www.pokemon.fr](http://www.pokemon.fr)

Illustration 28 : <http://www.jeuxvideo.com>

Illustration 29 : [www.paninimania.com](http://www.paninimania.com)

Illustration 29 : <https://www.youtube.com/watch?v=Ywu3erxW49w>

Illustration 30 : <https://manga-reviews.de/kleine-katze-chi/>

Illustration 31 : <http://www.manga-sanctuary.com/manga-le-paradis-des-chiens-vol-2-simple-s14076-p219992.html>

## **Le chien tactile de la Nintendo DS**

Illustrations 1-2 : <https://www.editionspixnlove.com/les-bibles-du-jeu-video/603-la-bible-game-boy---classic-set.html>

Illustration 3 : <https://www.nintendo.fr/Societe/L-Histoire-de-Nintendo/Nintendo-DS/Nintendo-DS-627143.html>

Illustration 4 : <http://www.jeuxvideo.com/screenshots/12964-0-0>

Illustration 5 : <http://www.jeuxvideo.com/screenshots/22099-0-0;>

Illustration 6 : <http://www.jeuxvideo.com/screenshots/22099-0-0>

Illustration 7 : <http://www.jeuxvideo.com/screenshots/22099-0-0>

Illustrations 8-13 : <http://www.jeuxvideo.com/screenshots/12964-0-0>

Illustrations 14-16 : <http://www.jeuxvideo.com/screenshots/12964-0-0>

Illustrations 17-22 : <http://www.jeuxvideo.com/screenshots/12964-0-0>

Illustration 23 : <http://www.jeuxvideo.com/screenshots/41189-0-0>

Illustrations 24-25 : <http://www.jeuxvideo.com/recherche.php?q=wappy+dog+>

Illustrations 26-81 : <http://www.jeuxvideo.com>