Garçons manqués, monstres et lolitas.

Jouer avec les rôles de filles dans une entreprise de jeux vidéo sud-coréenne

Tomboys, monsters and lolitas: playing with girls' roles in a South Korean videogame company

Chloé Paberz

Édition électronique

URL : <http://journals.openedition.org/reset/1341>

DOI : 10.4000/reset.1341

ISSN : 2264-6221

Éditeur

Association Recherches en sciences sociales sur Internet

Référence électronique

Chloé Paberz, « Garçons manqués, monstres et lolitas. », *RESET* [En ligne], 8 | 2019, mis en ligne le 01 juin 2019, consulté le 05 juin 2019. URL : <http://journals.openedition.org/reset/1341> ; DOI : 10.4000/reset.1341

Ce document a été généré automatiquement le 5 juin 2019.

© Association Recherches en sciences sociales sur Internet

Garçons manqués, monstres et lolitas.

Jouer avec les rôles de filles dans une entreprise de jeux vidéo sud-coréenne

Tomboys, monsters and lolitas: playing with girls' roles in a South Korean videogame company

Chloé Paberz

Introduction

- 1 La Corée du Sud est connue comme l'un des pays les plus influents en matière de jeux vidéo, en particulier en raison du développement précoce et phénoménal de l'e-sport. Au tournant des années 2010, le jeu vidéo est devenu le loisir préféré des Coréens (KOCCA, 2011) – mais pas des Coréennes qui déclaraient lui préférer le cinéma. Ces statistiques n'incluent pas les pratiques de visionnage de matches de sport électronique, puisque 76 % des fans de e-sport sont des femmes (KOGIA cité par Hjorth, Na, et Huhn 2009, 255). Elles soulèvent aussi la question de la définition du jeu vidéo : nombreuses sont les Coréennes qui déclarent ne pas jouer car elles considèrent que les jeux *casual*¹ qu'elles pratiquent ne sont pas des jeux vidéo à proprement parler. Cette hiérarchie genrée des pratiques vidéoludiques est bien connue des chercheurs qui étudient les joueurs coréens (Hjorth et al., 2009 ; Jeon Gyongran, 2007) mais aussi occidentaux (Berry, 2009 ; Coville, 2014 ; Light, 1999 ; Lignon, 2015 ; Consalvo et al., 2009). En Europe et aux États-Unis, les statistiques indiquent souvent un nombre équivalent de joueurs et de joueuses : 52% en Angleterre d'après l'Internet Advertising Bureau (Stuart, 2014) et 45% aux États-Unis (Entertainment Software Association, 2018). Pourtant, les joueuses continuent d'être représentées comme une minorité suspecte, et sont contraintes de recourir à des tactiques pour éviter le harcèlement auquel elles sont presque systématiquement confrontées dans les jeux en ligne, par exemple en se faisant passer pour des hommes (Lignon, 2015).

- 2 Les contenus des jeux eux-mêmes véhiculent des stéréotypes de genre très marqués : ils réduisent souvent les personnages féminins à des princesses en détresse ou des acolytes sexy, ce qui soulève des critiques récurrentes. Prenant acte du nombre croissant de joueuses, l'industrie du jeu a mis sur le marché des « jeux pour filles » qui ont suscité une autre vague de critiques dénonçant les activités stéréotypées proposées par ces jeux (shopping, cuisine, etc.). Cette présence forte des stéréotypes de genre appelle à étudier comment et par qui ils sont fabriqués. Les entreprises de jeux vidéo emploient une majorité d'hommes. C'est le cas en Corée du Sud où l'industrie vidéoludique compte moins de 27 % de femmes (KOCCA, 2013). Bien que la proportion soit plus importante qu'en France, où l'on estime la part de femmes à moins de 15 % dans les studios de production en 2017 (SNJV, 2017), on constate une sous-représentation féminine en Corée du Sud comme dans d'autres pays. Cette présence minoritaire des femmes s'accompagne de problèmes de discrimination largement identifiés (International Game Developers Association (IGDA), 2017) et d'une difficulté à se représenter les attentes des joueuses (Kerr, 2002, p. 13).
- 3 Notons que cette sous-représentation féminine dans la production de jeux vidéo ne va pas de soi : l'histoire de l'informatique compte parmi ses précurseurs de nombreuses femmes, très présentes dans ce secteur jusque dans les années 1980. Le comtesse Ada Lovelace fut la première personne au monde à créer un programme au début du XIXe siècle pour la machine de Babbage, destinée à éviter que des erreurs humaines ne causent des accidents de navigation (Russel, Norvig, 2009). Avant d'être invisibilisées par l'histoire de l'informatique (Light, 1999), les femmes étaient aussi nombreuses que les hommes à étudier et à exercer la programmation jusque dans les années 1980. En 2014, une longue enquête menée par Margolis et Fisher sur les filières informatiques américaines conclut que la proportion d'étudiantes a diminué à partir de la démocratisation des ordinateurs personnels, au milieu des années 80 : les jeux vidéo, commercialisés spécifiquement pour les garçons, leur auraient alors permis de se familiariser avec les bases de l'informatique, tandis que les filles, privées de cette familiarisation ludique à l'informatique et découragées par un manque de confiance en leurs aptitudes, ont ainsi été progressivement mises à l'écart de ces filières² (Margolis, Fisher, 2003).
- 4 Le caractère masculin du travail de programmation, bien que récent et construit, est pourtant considéré comme une évidence, aussi bien par le grand public que par les professionnels eux-mêmes. Cette représentation est systématiquement mentionnée dans les travaux des sciences sociales qui documentent les activités de production du jeu vidéo. Depuis une dizaine d'années, les processus de création font en effet l'objet d'ethnographies, conduites notamment par des sociologues soucieux de compléter un champ des *games studies* qui s'est longtemps focalisé sur les usages et les représentations du jeu vidéo (Malaby, 2009). Tous ces travaux mettent en évidence une culture professionnelle très masculine, marquée par un fort investissement, des heures supplémentaires systématiques, la maîtrise des techniques et le goût du jeu vidéo et des défis posés par l'informatique (Kerr, 2002 ; Zabban, 2011 ; O'Donnell, 2014).
- 5 Cet article propose de réinterroger cette culture masculine, décrite par des sociologues dans leur propre pays, en adoptant cette fois une démarche distanciée chère à l'anthropologie. À partir d'une ethnographie réalisée en Corée du Sud dans le cadre d'un doctorat d'ethnologie, nous verrons quelle est la place des femmes dans l'industrie vidéoludique, comment les tensions liées aux rapports de genre sont investis d'enjeux éminemment locaux, et comment la construction d'une culture professionnelle du jeu

vidéo permet ou non de renégocier les figures du féminin en Corée du Sud. Commençons par signaler que ce pays arrive en tête du classement mondial de l'OCDE en matière d'écart salarial entre les femmes et les hommes, et de très loin – 34,6 % contre 28,3 % en Estonie qui arrive en deuxième en 2017 (OCDE, 2018) – et que l'idée d'une séparation entre le monde des hommes et celui des femmes relève presque de la banalité pour la plupart des Coréens et des Coréennes.

- 6 Dans ce contexte, cet article interroge le rôle, officiel et officieux, des femmes dans le travail de conception d'un jeu vidéo, à partir d'une enquête de terrain menée entre 2009 et 2011 à Séoul dans une entreprise de jeux vidéo éducatifs appelée Eduflo³. Primée à plusieurs reprises, la prometteuse start-up produit un *serious game* implanté dans une centaine d'écoles primaires pour faciliter l'apprentissage des caractères chinois, qui passe pour l'un des plus rébarbatifs du programme scolaire. Elle emploie une quarantaine d'employés, dont la moyenne d'âge se situe entre vingt-cinq et trente ans, presque tous passionnés de jeux vidéo. Ses effectifs comptent neuf femmes, ce qui la situe dans la moyenne des entreprises de jeux vidéo sud-coréennes en termes d'effectifs et de pourcentage de salariées femmes (Jin Dal-Yong, 2010). L'organisation du travail s'avère extrêmement genrée : l'entreprise ne compte aucune femme dans l'équipe de programmation, et une seule dans l'équipe de game design. Elle rejoint en cela les observations faites ailleurs sur les entreprises de jeux, où ces métiers sont exercés en immense majorité par des hommes (Hjorth et al., 2009, p. 257). Les femmes employées chez Eduflo exercent des métiers liés à la communication, à la rédaction des scénarios, au graphisme et à l'accueil.
- 7 Les données présentées ici sont issues d'une recherche pour laquelle j'ai partagé pendant neuf mois le quotidien de cette petite entreprise de jeux vidéo. A mon arrivée dans les locaux à l'automne 2009, la direction me place dans un bureau partagé par les deux PDG, leur assistant et la standardiste. Les PDG me font signer des documents de confidentialité et me confient de menues tâches : je les accompagnerai dans leurs rencontres avec les investisseurs, les clients et les partenaires, rédigerai des compte-rendu de recherche sur les logiciels qui les intéressent et participerai à la traduction des supports publicitaires et des documents de communication. Nous négocions âprement les conditions de mes observations : j'obtiens d'abord une, puis deux sessions de trente minutes par jour en-dehors de la place qui m'a été attribuée dans le bureau. Viennent s'y ajouter la participation aux pauses et aux sorties ; je parviens ensuite à négocier un temps d'observation illimité pendant les heures supplémentaires et enfin l'accès à certaines réunions. Outre l'observation des journées ordinaires et des événements mémorables, j'ai conduit des entretiens (généralement non directifs) avec la quasi-totalité des employés.
- 8 Après une présentation de la séparation physique et sociale des sexes dans le contexte coréen, cet article montre la place occupée par, et assignée aux, femmes dans l'univers du jeu vidéo en général et au sein de l'entreprise étudiée. Nous verrons comment les femmes décrivent les difficultés et la précarité de leur position dans l'industrie du jeu vidéo, et comment elles mettent en place des pratiques de résistance et d'ajustement à cet univers pensé comme masculin.

Présences féminines dans le jeu vidéo : une histoire de séparation des sexes en Corée

Cohabiter après la séparation

- 9 Pendant les premiers jours de terrain, je demande à me joindre à un groupe de salariés pour aller déjeuner. Ils s'empressent d'inviter l'une de leurs collègues féminines à nous accompagner, afin que je ne sois pas « seule » ni « gênée ». D'emblée, la présence d'une femme génère un ajustement pensé comme indispensable. Il faudra que j'insiste pendant plusieurs jours pour que ma présence à une table masculine soit acceptée et pour ne pas obliger les quelques femmes de l'entreprise à modifier leurs plans en fonction des miens. Ici, une femme ne déjeune jamais ni en tête-à-tête avec un homme, ni avec plusieurs hommes. Les hommes, en revanche, peuvent se joindre à un groupe de femmes sans que cela ne soit jugé inconvenant. Après avoir enfin accepté que je déjeune à une table masculine, l'un des cadres d'Eduflo tente d'expliquer d'où viennent ses réticences.

C'est seulement depuis les années 2000 que les choses ont vraiment changé en Corée. Avant, les femmes étaient réellement très peu considérées. Si l'épouse ne parvenait pas à enfanter, on pouvait même en changer, parce ce qui importait avant tout, c'était de perpétuer la lignée. Les hommes, c'était le ciel, les femmes la terre. On ne mangeait même pas ensemble, jusqu'à récemment. Cela semble loin, mais ça ne fait pas si longtemps que tout ça a changé. Même quand nous étions enfants, je me rappelle que les hommes et les femmes prenaient les repas séparément ; tu t'en souviens ? [lance-t-il à son voisin]. Certaines femmes devaient même respecter une certaine distance et rester en permanence quelques mètres en retrait derrière leur époux [Dongil, 27 ans]⁴.

- 10 Les convives acquiescent : le bouleversement des rapports entre hommes et femmes est trop récent et trop radical pour effacer les habitudes acquises depuis l'enfance. À plusieurs reprises, les salariés hommes évoquent ce passé proche pour s'excuser de leurs manifestations de gêne en ma présence, attribuée à ma qualité de femme plutôt qu'à celle d'étrangère.
- 11 Un grand nombre de salariés masculins disent en effet ressentir un certain embarras en présence des femmes et l'expliquent par leur scolarité suivie dans des établissements non mixtes, prolongée par l'expérience du service militaire obligatoire. Même dans les lycées et les établissements d'enseignement supérieur mixtes, la séparation entre les hommes et les femmes se fait en fonction des filières, des activités extra-scolaires et des loisirs. Hommes et femmes mobilisent ces représentations pour justifier leur préférence pour les activités entre personnes de même sexe. Chez Eduflo, les seules personnes qui citent la littérature dans la liste de leurs passe-temps sont toutes des femmes : elles sont rédactrices, graphistes, responsables marketing, etc. Ainsi, la plus jeune graphiste envisage de s'inscrire à l'université pour suivre des études en philosophie. Elle raconte que cette orientation s'est renforcée lorsqu'elle a choisi la filière littéraire au lycée :
- Ca m'a toujours intéressé. La seconde filière, *ikwa*, la filière scientifique, ne m'intéressait pas du tout. C'est souvent comme ça : il n'y a presque pas de lycéennes qui choisissent les sciences, et presque pas de lycéens qui choisissent les lettres, *munkwa* [Minhee, 28 ans].
- 12 Bien que la séparation entre une filière scientifique à majorité masculine et une filière littéraire à majorité féminine soit également d'une grande banalité en Occident, elle est

ici pensée comme un élément distinctif des relations de genre en Corée. Les salariés interrogés à ce sujet expliquent que, contrairement à l'Occident et à son organisation moderne, la société coréenne sépare très tôt les garçons des filles, et que cette séparation se prolonge inévitablement dans les années qui suivent.

- 13 Les grandes différences entre la vie des hommes et celle des femmes sont donc associées bien davantage à la culture sud-coréenne qu'à une quelconque nature. Elles sont également regardées avec inquiétude, notamment par les employés de cette entreprise : les hommes, notamment, estiment que ces différences trop radicales posent problème. Ils se plaignent qu'après l'école non mixte et l'école d'ingénieurs où il n'y a presque aucune élève féminine, ils se retrouvent encore dans un réseau professionnel majoritairement masculin. Les femmes expriment souvent leur gêne d'être en minorité : dès mon arrivée, la standardiste déplore la difficulté à se faire des amis à Eduflo, parce qu'il n'y a pratiquement que des hommes. La responsable marketing me confie que c'était difficile pour elle au début de s'intégrer dans un milieu d'hommes, mais qu'au final « ils s'occupent bien » d'elle. En exprimant son soulagement, elle indique aussi un schéma très général qui associe la féminité à la fragilité, et la virilité à la protection. À l'instar de ses collègues, elle ne qualifie pas ces relations mixtes d'amicales : elles relèvent plutôt d'une cohabitation en bonne intelligence.

Éviter les rumeurs

- 14 Cette cohabitation entre les hommes et les femmes reste marquée par une séparation forte et bien visible dans l'entreprise, par exemple pendant les déjeuners et les nombreuses pauses cigarette⁵ mais aussi et surtout lors des dîners qui précèdent les heures supplémentaires : les femmes n'en effectuent pas, notamment parce qu'elles n'occupent pas des postes qui requièrent habituellement des heures supplémentaires (tels que les postes de programmation, de stratégie ou de direction). De plus, la plupart d'entre elles sont célibataires ; or il est attendu des femmes non mariées qu'elles rentrent tôt pour ne pas inquiéter leurs parents. En Corée du Sud, où les jeunes gens vivent généralement chez leurs parents jusqu'au mariage, y compris s'ils gagnent leur vie, les femmes mentent souvent au sujet de leurs activités hors de la maison, prétendent passer la soirée entre filles, promettent de rentrer tôt, de ne pas boire et de ne pas fréquenter de lieux mal famés. Ces secrets de polichinelle persistent de nombreuses années après l'adolescence, en particulier chez les femmes. Un soir, lors d'une sortie entre amis, l'une d'elle me tendit son téléphone en chuchotant, la mine inquiète : « C'est ma mère, tu peux lui dire que je ne suis pas avec un garçon ? ». Je me trouvai plusieurs fois dans cette situation avec des amies dans la vingtaine ou la trentaine. D'autres, moins surveillées, envoyaient des messages à leur mère pour les informer de l'endroit où elles étaient et de l'heure à laquelle elles rentreraient.
- 15 La vie sentimentale des femmes fait l'objet de pressions fortes et souvent mal vécues. Dans les dortoirs des universités et dans certaines résidences de femmes (par exemple certains foyers de travailleuses), une forme de couvre-feu est mise en place, et le gardien contacte les retardataires. En cas d'infraction, un système d'avertissements et de punitions est mis en place. Pour beaucoup de femmes et d'hommes, ces systèmes sont considérés comme des protections souhaitables, en particulier dans une grande ville comme Séoul, souvent dépeinte comme la grande ville des vices et des dangers.

- 16 L'une des salariées, originaire de Daegu, me raconte ainsi avoir été très surprise lorsqu'elle est venue à Séoul pour gagner un meilleur salaire et faire un travail plus amusant.

- En janvier 2009, je suis montée à Séoul. Mais mes parents étaient contre.

- **Pourquoi ?**

- Séoul et Daegu sont vraiment loin l'une de l'autre. Et mes parents disaient que Séoul, c'était dangereux. Il y avait beaucoup de meurtres. Justement à cette période, on n'entendait que ça aux infos : 'encore un horrible meurtre commis à Séoul !'. Ça n'arrêtait pas, donc évidemment, mes parents s'inquiétaient beaucoup. En plus, en Corée, la coutume veut qu'on reste habiter chez ses parents jusqu'au mariage. En fait, j'ai très vite constaté que je pouvais me promener tranquillement seule, même la nuit, contrairement à ce que disaient la télévision et mes parents. J'en ai bien profité, je suis beaucoup sortie. Je me suis bien amusée pendant six mois, après quoi ma mère m'a disputée pour que je passe enfin des entretiens d'embauche [Sohee, 24 ans].

- 17 Lors des fêtes de bienvenue ou de départ, les femmes passent un moment avec leurs collègues masculins dans des bars et des restaurants, mais elles quittent ces fêtes plus tôt. Si elles restaient tard, m'explique l'une d'elles, cela laisserait la voie ouverte à des rumeurs de romance. Les employées d'Eduflo sont particulièrement attentives à ces rumeurs. Par exemple, aucune d'entre elles n'emploie le terme *oppa* (grand frère, pour une femme) et aucun collègue masculin n'emploie le terme *nuna* (grande sœur, pour un homme), alors que les termes *hyōng* (grand frère, pour un homme) et *ōnni* (grande sœur, pour une femme) sont courants. J'en demande la raison à la standardiste. Elle éclate de rire :

Je ne vais quand même pas appeler un collègue *oppa* ! Tout le monde va croire que c'est mon amant⁶ ! [Nayoung, 29 ans].

- 18 Alors qu'en coréen, les termes de parenté sont fréquemment utilisés pour s'interpeler entre collègues, ils ne sont ici employés qu'entre individus de même sexe. Il en va de même pour les rapports tactiles : dans le cadre professionnel décrit ici, les hommes et les femmes ne se touchent jamais.

- 19 Une trop grande proximité entre hommes et femmes semblerait d'autant plus suspecte que les femmes ne sont pas supposées apprécier les mêmes choses que les hommes – notamment les beuveries. Les préférences en termes de loisirs sont décrites comme extrêmement genrées. Lors d'une discussion libre par messagerie instantanée, l'un des concepteurs tente de me dresser le portrait de ces préférences typiquement masculines et féminines.

- Généralement, quand les femmes ont un coup de blues, elles rejoignent des copines dans des cafés⁷. Quand on vit chez soi [avec ses parents], la famille est là pour prendre soin de nous ; elle est là, elle nous aide. Les hommes, à part se retrouver pour boire, ils ne font pas grand-chose. Ils vont manger quelque part, et puis ils boivent, point. Quoique... à l'occasion, ils vont faire un peu de shopping. Parfois, ils vont même au cinéma ensemble... Malgré tout, la grande majorité des rencontres entre hommes ça se résume à manger, boire, et c'est tout. Tandis que les femmes... Il y en a beaucoup qui ne boivent pas... Alors généralement, elles vont plutôt au café ! Ce genre d'endroits, à part pour sortir avec des femmes, les hommes n'y mettent pas les pieds. [...] Dans les cafés, l'ambiance n'est pas celle d'une sortie entre hommes. Ce genre d'endroits, c'est bien pour sortir en couple. C'est tout décoré, il y a comme un parfum féminin qui flotte dans l'air... C'est embarrassant pour un homme de se trouver dans un endroit comme ça. [...] Comme je te disais, plutôt que d'aller manger dans un bon restaurant, les hommes vont préférer aller manger dans une gargote⁸, et puis aller boire dans une taverne⁹. Les activités des

hommes se résument à ça, avec un peu de shopping et un cinéma de temps en temps. Les hommes se racontent leur vie dans les tavernes, les femmes dans les cafés.

- **Mais on voit souvent des groupes de femmes dans les bars, non ?**

- Ah, tu trouves ? Peut-être... Mais... Dans ce cas... Il faudrait subdiviser. Il y a les bars du genre club ou à réservation, où on va inviter les filles qu'on veut séduire. Bien que parfois les hommes y aillent entre hommes. Enfin, en règle générale les hommes vont souvent boire juste comme ça, entre eux [Yeil, 28 ans].

- 20 Très souvent, les bars sont occupés par des groupes mixtes, surtout composés de très jeunes gens. Les clients plus âgés, des *salary men* aux retraités, viennent généralement entre hommes ou entre femmes : il n'est pas rare de voir de vieilles amies finir des soirées ivres dans des tavernes. Dans des cafés, on voit souvent de jeunes hommes se retrouver pour discuter ou travailler sur leurs ordinateurs. Les propos de mon interlocuteur témoignent d'une perception très commune d'une séparation entre hommes et femmes, et d'une tentative d'explication culturaliste. Les soirées entre hommes sont aussi jugées nécessaires pour parler du service militaire, conçu à la fois comme un rite de passage et comme une expérience presque traumatique, constitutive de la virilité, et dont le récit ne concernerait pas les femmes. Cette séparation entre des préférences masculines et féminines ancrées dans l'enfance, l'adolescence et le début de la vie adulte, est couramment invoquée pour expliquer la présence minoritaire – et, nous allons le voir, jugée problématique – des femmes dans l'industrie du jeu vidéo.

Définir « le » féminin : tentatives de qualification et embarras partagés

- 21 Nombreuses sont les employées qui disent avoir été agréablement surprises de pouvoir travailler dans le secteur du jeu vidéo sans être confrontées au harcèlement sexuel. Ce danger supposé du secteur du jeu vidéo est presque systématiquement évoqué pendant les entretiens avec les employées femmes.

Aux périodes où on reste sur place vingt-quatre heures sur vingt-quatre pour respecter les délais, on dort sur place. Comme les entreprises de jeux vidéo sont pleines d'hommes, ce serait très dangereux pour une femme d'aller se coucher dans un lit, au milieu de tous ces hommes, tu comprends. Heureusement, ici, nous n'avons pas de dortoir [So-hee, 24 ans].

Je pensais que ce serait plein de pervers, mais finalement, ici, ils sont plutôt gentils [Eunsoo, 27 ans].

- 22 Le ton de ces déclarations, toujours sérieux, témoigne d'une inquiétude réelle. Celle-ci est véhiculée par les médias et les employés : ils relaient en effet l'image d'un secteur hostile pour les femmes car peuplé d'individus malsains, en s'appuyant notamment sur des rumeurs de viols qui auraient été commis dans les dortoirs de grandes entreprises de jeux vidéo. La réputation de ces entreprises comme repaire de « pervers » (*p'yŏnt'ae*) recoupe les peurs communément associées au jeu vidéo. Elle est associée à la représentation du jeu vidéo comme ne pouvant être qu'une affaire d'hommes.

« Ne l'écoutez pas ; elle pense comme un homme ! » : l'impossible tâche des porte-paroles

23 En 2010, Eduflo cherche de nouveaux concepts pour son prochain jeu en prenant en compte les dernières études, qui montrent que de plus en plus de femmes jouent aux jeux vidéo. Le PDG convoque à une réunion une vingtaine de salariés, dont les femmes connues pour jouer. Il commence par inviter ces dernières à s'exprimer. D'emblée, plusieurs de leurs collègues masculins protestent : les statistiques doivent être biaisées et surestiment de toute évidence le nombre de femmes joueuses. L'un d'eux rappelle que « les femmes n'aiment tout simplement pas les jeux » : les chiffres sont sûrement faussés par la prise en compte des jeux *casual*, ces petits programmes trop simples pour mériter leur appellation de jeu... Son supérieur balaie cette remarque, considérée hors sujet : nous sommes là pour réfléchir à un nouveau concept de jeu pour ce nouveau public plus féminin. Un collègue propose de s'inspirer d'un jeu datant de quelques années et qui lui semble pouvoir plaire aux femmes. L'une des femmes présentes autour de la table exprime des réserves : selon elle, ce jeu ne fonctionne pas, d'abord parce qu'il ne propose pas assez d'action, et puis... Un collègue masculin l'interrompt en riant : « Ne l'écoutez pas ; elle pense comme un homme, celle-là ! ». Une autre collègue féminine prend le relai en tentant d'être plus représentative :

- Globalement les femmes détestent les choses compliquées. Elles veulent que ce soit simple, et pas avoir sans arrêt des compétences à acquérir pour avancer. C'est un fardeau... Une femme va forcément se dire : 'Je ne vais jamais y arriver !' Elles vont préférer s'occuper d'un personnage, ou d'un animal par exemple.

- Il y a quoi comme jeux de ce genre-là ? lui demande le PDG.

- Hum... Ces trucs où on soigne un animal, on le toilette, on le nourrit et tout, vous voyez ? Les noms ne me reviennent pas, j'y joue pas. Moi non plus, j'ai pas vraiment des goûts de fille...

- Ok, je vois, reprend un collègue. C'est donc comme les jeux d'enfants... Dès tout petits, les garçons jouent à la bagarre, les filles essaient de faire des maisons de poupées impeccables... Elles essaient de construire de petits mondes parfaits.

- On pourrait dire que les femmes, en gros, aiment les activités minutieuses du type... décoration d'intérieur, ornementation ? tente le PDG en se tournant vers la jeune femme.

- Heu... sûrement, oui... En général, ce doit être le cas, j'imagine, balbutie-t-elle [Sookyung, 20 ans].

24 Dans cette réunion, comme dans beaucoup de situations quotidiennes dans l'entreprise, les femmes sont érigées en porte-paroles du féminin : il leur incombe d'éclairer leurs collègues masculins sur les goûts et les pratiques d'un public féminin supposé homogène et fondamentalement autre. Il apparaît nettement dans cet extrait que les femmes dont les goûts ne correspondent pas aux stéréotypes du jeu féminin voient leur appartenance au genre mise en doute. Chez Eduflo, les femmes passionnées de jeu font l'objet de moqueries récurrentes mettant en doute leur féminité, soit parce qu'elles aiment le jeu vidéo, considéré comme un loisir masculin, soit parce qu'elles le pratiquent comme des hommes. Par exemple, la responsable de la publicité d'Eduflo consacre, comme plusieurs de ses collègues masculins, la moitié de sa pause déjeuner au jeu de stratégie *Starcraft*. Ses collègues, qui jouent avec elle, soulignent son caractère exceptionnel à chaque fois que ses activités de joueuse sont évoquées : « elle a des goûts de mec », « ce n'est pas une vraie fille », « elle, ce n'est pas pareil, c'est un garçon manqué ». Ces remises en question de la féminité reviennent à chaque fois qu'elle ou ses collègues féminines expriment leur

enthousiasme pour la compétition, leur amour des jeux violents ou la jubilation suscitée par une victoire. Les principales intéressées, sans revendiquer une quelconque forme de masculinité, ne s'en défendent pas.

- 25 La définition du jeu féminin stéréotypé reste floue et très générale. Comme l'indique le dialogue extrait de la réunion, son principal critère de définition est celui d'une prétendue facilité. L'un des employés du service client affirme aussi que les jeux *casual* sont appréciés des femmes « parce que c'est plus facile ». La plupart des joueuses de l'entreprise ne sont pas particulièrement intéressées par ce type de jeux ; mais certaines identifient, dans leur expérience vidéoludique, des éléments féminins, même lorsqu'elles pratiquent des jeux compétitifs et y excellent. Ainsi, la jeune femme chargée de l'interface au sein de l'équipe de design, supporter passionnée de championnats de jeux vidéo, explique ses succès dans le jeu *Metal Age* de la manière suivante :

Je continue à jouer à *Metal Age*, je n'ai pas arrêté depuis l'année dernière. Il y a un classement dans lequel tu peux monter, un genre de compétition. Mais moi, je vise mal, comme beaucoup de filles ! Alors, je ne tire pas directement sur le robot à descendre. J'attends qu'il soit blessé : alors il rentre à la base ou vers un endroit sûr pour se soigner, et là, je l'achève ! [Mina, 27 ans].

- 26 Elle pratique un jeu compétitif, ce qui l'éloigne du stéréotype, mais elle définit sa façon de tuer les ennemis comme une sorte de tricherie par rapport au système conventionnel, et excuse cette tricherie en déclarant une inaptitude féminine à viser.
- 27 La demande adressée aux femmes de jouer le rôle de porte-parole relève d'une volonté somme toute classique « d'anticiper tout ce que [l'usager] peut imaginer » (Akrich, 1993, p. 9) autour de l'objet que l'on fabrique. Ce travail d'imagination génère de grandes préoccupations chez les salariés d'Eduflo, décontenancés par l'étrangeté des usages que les enfants font de son jeu (Paberz, 2016a, p. 234) et par ceux d'un public féminin perçu comme insaisissable. Chez Eduflo, la représentation des usages féminins du jeu vidéo génère un embarras à la fois des femmes et des hommes : les premières doivent valider des stéréotypes sans s'y reconnaître le moins du monde ; les seconds sont désemparés que leurs tentatives de dialogue avec le féminin se heurte à des êtres hybrides, des femmes qui n'en sont pas tout à fait. La présence de femmes joueuses, non conformes au stéréotype, ne remet pas ce dernier en question ; elles sont considérées, et se présentent plutôt comme des individus qui n'appartiennent pas pleinement à leur genre – autrement dit, des garçons manqués. Cette façon de rapporter systématiquement la pratique au genre ne trouve pas d'équivalent du côté des hommes. Il semble aller de soi que les hommes ont des goûts variés, et, quelles que soient leurs préférences en matière de jeu, les concepteurs ne disent jamais avoir des « goûts de fille ».

Jeu et non-mixité sociale

- 28 Les caractéristiques du jeu féminin sont parfois pensées comme relevant de traits présents dès l'enfance, mais pas systématiquement. Les salariées d'Eduflo disent avoir joué à *Starcraft* au lycée, et certaines affirment avoir été douées autrefois, mais n'être plus aussi performantes aujourd'hui. C'est le cas de nombreuses femmes nées dans les années 1980. L'une d'entre elles résume ainsi la situation :

Les femmes passent à autre chose, après le lycée. Les hommes veulent devenir toujours meilleurs, et continuer à jouer avec leurs copains. Les femmes évoluent et changent de centres d'intérêt [Jiyoung, 28 ans].

- 29 Ces représentations des hommes comme des êtres plus joueurs et plus attirés par la compétition, voire assez immatures pour avoir besoin des remontrances d'une petite amie, sont courantes chez les femmes comme chez les hommes. Les stéréotypes des pratiques féminines ne vont donc pas simplement dans le sens d'une infériorité des femmes par rapport aux hommes : elles évoquent aussi des femmes plus responsables que leurs comparses masculins décrits comme d'éternels adolescents – en particulier les joueurs.

La présence précaire des travailleuses du jeu vidéo

- 30 En 2013, une jeune Américaine appelée Scarlett crée la surprise dans le monde de l'e-sport, en se classant parmi les meilleurs joueurs de *Starcraft II* aux côtés des champions sud-coréens. Très vite, les rumeurs fusent sur les forums de jeux vidéo : Scarlett ne peut pas réellement être une femme, il s'agit certainement d'un transgenre (McGrath, 2014). Ces soupçons reviennent à chaque fois qu'une femme se distingue par ses scores. Les équipes féminines de jeux vidéo, par exemple, sont régulièrement accusées d'être choisies par les sponsors pour leur plastique plutôt que pour leur virtuosité. Cette hostilité vis-à-vis des femmes ne fait pas figure d'exception dans le domaine sportif : rappelons à titre d'exemples que les femmes étaient exclues des premiers Jeux Olympiques (Vigarello, 2002), qu'il leur était interdit de courir les marathons aux Etats-Unis jusqu'en 1972, et que les matches entre équipes féminines de football restent infiniment moins diffusés que ceux des équipes masculines. Le e-sport, loin de révolutionner les codes du sport, reprend donc un schéma archétypal qui met en avant des héros virils à applaudir et en arrière-plan de jolies groupies, éventuellement présentées comme les trophées de ces exploits. Nous allons voir que cette division sexuée du travail, spectaculaire dans l'univers très médiatisé de l'e-sport, se retrouve également sur le terrain étudié, où il prend d'autres formes, souvent plus discrètes.

Les métiers d'accueil : standardistes et hôtesse

- 31 La séparation des rôles est très visible dans les conventions de jeux vidéo et dans les championnats : la plupart des femmes présentes sont des hôtesse soit chargées d'accueillir et d'orienter les visiteurs, soit de poser devant les stands de jeux en costume affriolant pour attirer les visiteurs¹⁰. Ces derniers peuvent les photographier ou se photographier avec elles devant le stand de jeu. En diffusant ces photographies sur les réseaux sociaux, ils assurent ainsi une publicité gratuite aux producteurs de jeux vidéo – un système analogue à celui des salons de l'automobile. La première fois que je me rendis à l'une de ces conventions à Pusan, je croisais trois d'entre elles aux toilettes où elles se remaquillaient, faute de disposer d'une loge. Elles pestaient sans réserve contre les comportements « dégoûtants » de certains visiteurs, leurs gestes déplacés, l'inconfort de leurs tenues légères et l'obligation de sourire, et se réjouissaient de la fin prochaine de l'événement.
- 32 Ce sont les branches les plus précaires et les moins qualifiées du secteur du jeu vidéo, telles que les métiers d'accueil, qui comptent le plus d'employées femmes. Quand je retrouve la standardiste après m'être absentée du terrain pendant six mois, elle me fait part de ses soucis. Eduflo traverse une mauvaise passe en 2010 et elle se trouve confrontée à une pression importante.

Même quand ça se passe mal, vu mon poste, je dois faire comme si tout allait bien. Alors même si en ce moment c'est vraiment dur, je fais comme si de rien n'était. [...] Tu te dis peut-être que je pourrais démissionner... J'y ai pensé. Mais... je me suis en quelque sorte résignée. Cela fait longtemps que je travaille ici. Je me suis attachée à cet endroit. En plus, si j'arrive à décrocher du travail ailleurs, ça va être pénible : je vais me retrouver avec seulement des inconnus, je vais devoir apprendre toutes les nouvelles tâches à faire, m'adapter... C'est un sacré boulot. Et puis surtout, il y a l'âge [Elle vient de fêter ses trente ans]. Pour la Corée, tu sais, je me fais vieille ! C'est un vrai obstacle pour l'embauche. Pour les femmes médecins, les avocates et tout, cela n'a pas d'importance. Par contre, pour les métiers comme le mien, on n'embauche pas de femmes trop vieilles. Pour les hommes, l'âge compte aussi un peu, mais beaucoup moins. Une femme de plus de vingt-cinq ans, elle cherche à se marier. Une fois mariée, elle arrête de travailler, en général. Alors les recruteurs se méfient des femmes qui ont dépassé cet âge [Nayoung, 29 ans].

- 33 Les métiers d'accueil se caractérisent par une précarité d'autant plus importante pour les femmes. Sans qualification, les standardistes et les hôtesses sont vouées à une carrière courte dans une société où de nombreuses femmes démissionnent souvent après leur mariage afin de se consacrer à l'éducation des jeunes enfants (Bidet, 2003, p. 199 ; Kim Choong-Soon, 1992). Les économistes qualifient parfois ce phénomène de « carrière en forme de U » : les jeunes femmes travaillent, puis démissionnent pour s'occuper des enfants, avant de reprendre une activité professionnelle quand ceux-ci quittent la maison. L'industrie du jeu vidéo est trop jeune pour vérifier cette forme, mais emploie effectivement très peu de femmes de plus de trente ans. Leur présence, de courte durée, ne leur permet pas de se projeter dans une carrière épanouissante.

Les travailleuses qualifiées

- 34 Ceci n'est pas vrai uniquement des métiers d'accueil, mais aussi des métiers dits créatifs, qui se caractérisent par des apprentissages sans fin (Menger, 2003). Eduflo emploie de nombreux graphistes qui partagent un même souci de perfectionner leur technique. Ils identifient une « hiérarchie de la création » qui situe les infographistes à l'échelon le plus bas. Tout comme les employés les plus jeunes, c'est justement en tant qu'infographistes, ou qu'assistantes, que travaillent les femmes graphistes d'Eduflo. Tandis que leurs collègues masculins plus expérimentés, chargés par exemple du *character design* (placé plus haut dans cette hiérarchie de création), s'entraînent pendant les temps morts sur de grandes planches d'esquisses conservées dans leurs bureaux, les femmes ne le font pas, faute de temps. L'une d'entre elle, dont le travail n'implique pas de dessin, déclare avoir peur que son emploi ne menace à la fois sa créativité et sa maîtrise du geste.
- 35 La hiérarchie de genre, intimement liée à la hiérarchie d'âge, se prolonge bien souvent dans la hiérarchie par poste, puisque l'expérience professionnelle – l'ancienneté – permet aux employés de gravir les échelons de la hiérarchie. Il est difficile de démêler strictement ces hiérarchies. Le statut familial compte aussi dans la hiérarchie de l'entreprise : les pères de famille ont une plus grande marge de manœuvre pour négocier et limiter leurs heures supplémentaires et leur participation, officieusement obligatoire, aux repas d'entreprise. Les mères de famille ne font pas jouer ce levier, puisqu'elles quittent généralement l'entreprise à la naissance du premier enfant ; toutefois, la famille permet aux femmes comme aux hommes de moduler leurs obligations professionnelles. Une jeune employée raconte que ses collègues et ses supérieurs hiérarchiques ont fait preuve d'une grande compréhension lorsque sa famille était en sérieuse difficulté en

raison d'un parent gravement malade. Pendant plusieurs semaines, elle a pu arriver et partir aux heures officielles, prendre davantage de pauses et même ralentir son rythme de travail. Le patron, si sévère d'ordinaire, a même fait des efforts pour être plus agréable, se remémore-t-elle. Elle se dit reconnaissante de cette tolérance et de cette discrétion dont ont fait preuve tous ses collègues, et me cite cet exemple parmi les points positifs de l'entreprise.

- 36 Quelques femmes, rares et remarquées, occupent des postes de direction dans l'industrie du jeu vidéo. L'une d'elles, singapourienne, avait été envoyée chez Eduflo par son entreprise pour discuter de l'éventualité d'un rachat. Le PDG m'avait demandé de jouer les interprètes. Après l'entretien, il me fit part de son sentiment :

Tu te rends compte, une femme avec vingt ans d'expérience ! Un vrai monstre ! Tu as vu, elle ne souriait même pas. [Il l'imitait en prenant une expression glaciale et répète ses phrases avec un ton sec et cassant.] 'Ça ne va pas. Non. C'est trop cher. Vous avez tort.' Elle était très sûre d'elle, hein ? Je n'aurais pas pu la faire changer d'avis. Ça se comprend, étant donné son niveau. Elle était effrayante, hein ? Déjà, avant qu'elle ne soit là, j'étais impressionné. J'ai même hésité à la rencontrer... Mais je le prends comme une expérience, je n'ai rien à perdre : ce n'est pas tous les jours qu'on a l'occasion de rencontrer une telle femme [Lee, 30 ans].

- 37 Il souligne ainsi le caractère hors-norme de cette femme à plusieurs égards : elle occupe un poste à responsabilité fondé sur une expérience de vingt années, exprime son désaccord sans détour, ne sourit pas, n'adoucit ni sa voix, ni ses propos ni les expressions de son visage. Cette femme, plus âgée que lui, lui inspire du respect et de la peur non seulement en raison de son statut social élevé et de son assurance, mais surtout à cause du décalage entre d'un côté le statut et le comportement qui lui est associé, et de l'autre côté, le genre. À ses yeux, ce décalage fait d'elle un être curieux, fantastique et effrayant, un « monstre » ; il décrit cette rencontre comme une aventure exceptionnelle et mémorable. On lit en creux ce qui est attendu d'une femme ici : un poste modeste et temporaire, un manque d'expérience associé à la jeunesse, des manières douces et hésitantes.

- 38 Chez Eduflo, une seule des six équipes est dirigée par une femme : celle chargée de réaliser les cahiers d'exercices qui accompagnent le jeu vidéo. En dépit de son poste de chef d'équipe, elle regrette que les cahiers soient perçus comme d'importance secondaire par ses collègues et par la direction, focalisés sur le jeu.

C'est la première fois que je suis chef d'équipe. Là où je travaillais avant, les gens étaient plus âgés. Là, je suis chef, mais quand je fais part des problèmes importants qu'on a par rapport aux cahiers, tout le monde dit : 'Bah, ça, c'est pas grave !' Ils prennent mon travail à la légère. C'est dur pour moi, et ça fait un an que c'est comme ça. C'est peut-être parce que je ne connais pas bien le PDG... La seule personne dont je sois proche ici, c'est [sa voisine de bureau.] On s'entend très bien, dans le travail et puis pour discuter aussi. J'ai envie d'aller travailler dans une autre entreprise [Yerim, 28 ans].

- 39 La jeune femme affirme être déconsidérée à cause de son type de qualifications. En dépit de son statut hiérarchique, elle estime ne pas être traitée de la même manière que les autres chefs d'équipe qui, eux, connaissent mieux le PDG. Le statut hiérarchique ne suffit pas à tisser des liens avec les cadres, qui travaillent, déjeunent, fument, dînent et boivent ensemble. En raison des préférences supposément genrées, de la division du travail et des préoccupations liées à la réputation, les femmes se trouvent éloignées d'une composante essentielle de la culture professionnelle des concepteurs : les heures supplémentaires, qui sont narrées comme des moments-clés, indispensables et caractérisés par une activité

intense et méritante, où s'établissent des relations d'intimité et de camaraderie en marge des règles ordinaires.

Une compagnie agréable et commentée

- 40 Pour autant, les femmes ne sont pas totalement exclues des relations amicales qui se tissent au quotidien. Un jour où l'ambiance est particulièrement calme en milieu d'après-midi, je m'entretiens avec un programmeur, quand un collègue déclare, assez fort pour que ses voisins l'entendent :
- Je grignoterais bien quelque chose » [*ibi shimshimhada*, littéralement « ma bouche s'ennuie. »]
 - On fait un *sadari keim* ? [sorte de labyrinthe, littéralement « jeu de l'échelle »], répond après quelques secondes une voix derrière lui.
 - Ça dépend, on joue pour quoi ? s'enquiert un troisième.
 - Des *ttökpokki* [gâteaux de riz en bâtonnets, servis dans une sauce pimentée] ?
 - Ah non, il fait trop chaud pour les *tteokbokki*. Je mangerai bien une glace.
 - Le temps de les amener, les glaces seront fondues. Et si on prenait des *sundae* [tranches de boudin noir aux vermicelles de riz] ?
 - Bon, déjà, il faudrait savoir qui joue ?
 - Non, non, pas moi ! Je vais finir par être ruiné à force de perdre !
- 41 Cinq personnes se lèvent et se réunissent un peu à l'écart des bureaux : l'une d'elles m'invite à les rejoindre. Le chef de projet, qui passe par là, se joint à nous. Il va vérifier que le PDG n'est pas là avant de demander aux employés du bureau et du deuxième open space s'ils veulent participer – en présence du PDG, les salariés n'osent pas s'amuser, disent-ils, et craignent les rappels à l'ordre. Dans ce cas, les collègues s'invitent tout de même à jouer, mais plus discrètement, par le biais de messages instantanés ou de sms. Nous nous retrouvons dans la petite salle de réunion ; quelqu'un va chercher du papier et un crayon pour le jeu. Les participants finissent par se mettre d'accord sur le snack : nous mangerons des saucisses grillées, achetées chez un marchand ambulant en bas de la rue. C'est le perdant qui régale, à hauteur de 12 000 won (une dizaine d'euros). Le concepteur qui a suggéré la pause commence à compter les participants : trois femmes et cinq hommes. Nous sommes trop nombreux, il va falloir faire quatre équipes de deux. Ils se mettent d'accord pour placer une femme dans trois équipes, et le chef de projet dans la quatrième.
- 42 La compagnie des femmes est jugée agréable, au même titre que celle du chef de projet, très apprécié par ses collègues. Lorsqu'une femme annonce qu'elle participera à une sortie ou un dîner, il arrive que les autres participants sourient triomphalement ou fassent des signes de victoire. Les femmes sont également courtisées par les salariés qui tiennent des clubs d'échecs, de bowling ou de modélisme modestement financés par l'entreprise. Si certains participants impopulaires (le PDG par exemple) sont soupçonnés de faire fuir les futurs membres, d'autres sont au contraire mentionnés pour les attirer. C'est le cas des femmes, invitées à rejoindre les clubs même si le sujet ne les intéresse pas. Quand le responsable du club de bowling m'invite à les rejoindre, je précise que je n'y connais rien en bowling. Il insiste : « Rejoins-nous quand même ! Tu as déjà joué au bowling, non, même une fois ? C'était super, non ? Viens, viens ! » Ces expressions font sans doute écho à l'idée, très commune dans cette entreprise, selon laquelle les concepteurs de jeux n'ont que peu d'opportunités de fréquenter des femmes, à la fois en raison de la non-mixité évoquée plus haut et de prétendues dispositions naturelles au

célibat telles que la laideur ou la timidité (Paberz, 2016b). Ces remarques contribuent à souligner – voire à construire – le caractère extraordinaire de la présence de femmes dans ce milieu d'hommes.

- 43 Si la compagnie des femmes est explicitement souhaitée, elle est aussi abondamment commentée. Les tenues vestimentaires des femmes sont plus souvent critiquées que celles de leurs comparses masculins. Pendant toute une journée, l'une des jeunes infographistes, venue travailler en short et baskets montantes, subit les railleries de ses collègues : ils lui demandent si elle part en vacances, à quelle heure elle ira à la plage, qui elle va rejoindre au parc de loisirs, etc. Une autre est moquée plusieurs fois par semaines pour ses robes à volants aux couleurs pastel, qui rappellent les tenues des poupées et des lolitas de bandes dessinées. Un matin, la plus jeune employée, arrive tête baissée, son visage ensommeillé à demi dissimulé par la capuche de son sweat-shirt trop large, un casque enfoncé sur les oreilles. Ses voisins de bureau, hilares, lui lancent : « En pleine forme ? Bien dormi ? » Les femmes font partie des personnes qui s'attirent plus de moqueries que les autres : leur tenue, leur coiffure et leur maquillage font l'objet de commentaires quotidiens.

Petits pas de résistance

- 44 En 2010, pour la sortie du jeu coréen à succès *Tera*, une infographiste profite de la fin de la pause déjeuner pour essayer le jeu avec un collègue. Celui-ci choisit un personnage féminin à la silhouette élancée, court-vêtu, affublé d'oreilles de lapin et juché sur des talons aiguilles. La jeune femme fait la moue et lui lance sur un ton de reproche :
- On dirait qu'elle est en sous-vêtements ! Tu lui as enlevé ses habits ou quoi ?
 - Ses habits ? Des habits, pour un animal ? C'est bien un animal...? Regarde, elle a des oreilles, une petite queue...
 - Mouais... Si tu veux... On va dire qu'elle est moitié animale, moitié humaine [Sohee, 24 ans].
- 45 Les représentations érotisées des personnages féminins sont monnaie courante dans les jeux vidéo, dans les magazines de jeux ou sur les fonds d'écran des salariés. Leurs collègues féminines émettent souvent des remarques à ce sujet, soupirent, ou lèvent les yeux au ciel en signe d'impuissance. Le malaise ressenti face à ces représentations revient dans plusieurs entretiens et discussions, comme dans cet extrait d'entretien avec l'assistante du directeur artistique :
- Il y a certains jeux dans lesquels c'est systématique : dès qu'il y a un personnage féminin, elle est en bikini et elle pousse des petits cris aigus... [Elle rit.] J'exagère un peu, mais tu vois ce que je veux dire. Ça me gâche le plaisir, alors je laisse tomber.
 - **Tu te privés de certains jeux pour ça ?**
 - Oui, mais c'est pas grave. J'ai l'habitude de sélectionner. C'est comme sur Internet : tu sais que sur certains sites, tu vas avoir des bandeaux publicitaires à droite pour des sites pornographiques, et puis un pop-up animé géant avec une fille qui dit : 'viens chatter avec moi !' [Elle mime une attitude aguicheuse.] C'est pareil avec ces sites-là, ça m'écœure. Je les évite, c'est plus simple [Sookyung, 20 ans].
- 46 Les deux jeunes femmes, âgées d'à peine vingt ans, critiquent sans détour ces représentations ; leurs collègues féminines ont toutes manifesté à un moment ou à un autre le dégoût, voire la souffrance que suscitaient en elles ces images, et leurs stratégies pour les éviter. L'association systématique entre la féminité et la séduction est largement véhiculée dans l'espace public coréen – on pourrait citer les publicités omniprésentes pour la chirurgie esthétique ou bien les clips très suggestifs des *girls bands* coréens. Ce n'est pourtant pas le lien qu'établissent les jeunes salariées d'Eduflo, qui rapprochent

spontanément la représentation des personnages féminins dans le jeu à celle des femmes sur Internet. Ce rapprochement va dans le sens d'une culture Internet distincte de la culture ordinaire, sans être nécessairement plus égalitaire. Cette culture se lit et se construit dans les rapports de cette entreprise. Bien qu'elle se pense comme étant en rupture avec les normes de la culture d'entreprise coréenne traditionnelle, elle reprend les codes classiques du masculin et du féminin, et semble même les transformer en douloureuses caricatures.

Conclusion : l'au revoir aux invitées

- 47 Officiellement, le droit coréen a instauré l'égalité entre hommes et femmes. Néanmoins, le genre continue de jouer un rôle important dans la structuration du secteur du jeu vidéo, non seulement parce qu'il joue un rôle dans la hiérarchie, mais aussi parce qu'il participe à la constitution de liens d'affinité. Dans l'entreprise décrite ici, les femmes occupent des postes subordonnés qui leur laissent peu de marge de manœuvre pour se projeter dans le futur. Elles ne participent pas aux échanges de sobriquets et d'échanges tactiles entre hommes, et seulement très marginalement aux déjeuners, dîners et sorties entre collègues. Leur présence génère une forme d'embarras partagé par les hommes et par les femmes ; leurs goûts, leurs compétences et leurs choix sont sans cesse mis en perspective avec des stéréotypes de genre. Au quotidien, la présence des femmes est présentée comme une difficulté, un élément récent, inattendu et minoritaire. Plutôt que des collègues, elles sont considérées comme d'éternelles invitées précaires, toujours jeunes, dont la présence étonnante peut s'avérer agréable et amusante ; plutôt que des conceptrices, elles restent, en somme, des filles chez les concepteurs de jeux.
- 48 Les salariés hommes attribuent cet embarras à une très forte séparation genrée dans la société coréenne en général, y compris au sein de la famille et du système scolaire, structuré en filières. Cet embarras ne se résume pas pour autant au prolongement naturel de vieux usages coréens : il tient aussi à une culture professionnelle récente qui force l'homogénéité. L'industrie du jeu vidéo est un lieu où se crée une culture professionnelle masculine qui s'est dotée de références, de valeurs, de rites de passage, d'espaces réservés, et de moments d'entre-soi où se cultivent des qualités, des goûts et des compétences pensés comme masculins¹¹. Les parcours et les métiers des travailleurs se caractérisent par une très grande diversité, qui tend à s'effacer au fil de la socialisation dans l'entreprise. Les différences de genre sont gommées – au même titre que les différences d'âge ou de hiérarchie – pour mettre en scène une éthique démocratique caractéristique de la culture informatique (Kelty, 2008 ; Coleman, 2012). La diversité de genre tend ainsi à être écrasée : les discours rapprochent les femmes d'une culture pensée comme masculine en leur octroyant un statut bâtard et temporaire. Sollicitées en tant que porte-paroles d'un point de vue féminin envisagé comme unique, elles se trouvent exclues de la population stéréotypée des femmes et incluses dans une culture professionnelle qui se pense comme une communauté de joueurs. A l'instar d'autres industries créatives, l'industrie vidéoludique sud-coréenne prétend en effet rejeter la hiérarchisation extrême de la culture d'entreprise coréenne classique et adopter un fonctionnement plus démocratique.
- 49 De leur côté, les employées femmes mettent à distance les stéréotypes féminins et jouent avec la marge de manœuvre qu'ils laissent, voire expriment ouvertement leur désaccord avec les représentations des figures féminines dans le jeu et avec la déconsidération qui

pèse sur les métiers exercés par les femmes. La présence des femmes continue, malgré sa régularité, à être décrite et traitée comme une anomalie que personne ne semble savoir comment régulariser. Les scènes rapportées témoignent d'une grande difficulté à faire avec un groupe social qui résiste à toute tentative de caractérisation, et s'avère difficile à articuler avec un groupe professionnel pensé avant tout comme un réseau de pairs.

BIBLIOGRAPHIE

- AKRICH Madeleine (1993). « Les objets techniques et leurs utilisateurs, de la conception à l'action », *Raisons pratiques*, 4, pp. 35-57.
- BERRY Vincent (2009). *Les cadres de l'expérience virtuelle : Jouer, vivre et apprendre dans un monde numérique. Analyse des pratiques ludiques, sociales et communautaires des joueurs de jeux de rôles en ligne massivement multi-joueurs : Dark Age of Camelot et World of Warcraft*, Thèse de doctorat, Paris, Université Paris 13.
- BERTRAND Julien, COURT Martine, MENNESSON Christine & ZABBAN Vinciane (2015). « Introduction. Socialisations masculines, de l'enfance à l'âge adulte », *Terrains & travaux*, 27, pp. 5-19.
- BIDET Éric (2003). *Corée du Sud: économie sociale et société civile*, Paris, L'Harmattan.
- CHAULET Johann & SOLER-BENONIE Jessica (2019). « Se réunir pour jouer : les LAN parties entre ajustements et réaffirmation des identités genrées », *RESET. Recherches en sciences sociales sur Internet*, 8 [en ligne]. URL : <https://journals.openedition.org/reset/1309>
- COLEMAN Gabriella (2012). *Coding freedom : the ethics and aesthetics of hacking*, Princeton, Princeton University Press.
- CONSALVO Mia, WILLIAMS Dmitri, CAPLAN Scott & YEE Nick (2009). « Looking for Gender: Gender Roles and Behaviors Among Online Gamers », *Journal of Communication*, 59, pp. 700-725.
- COVILLE Marion (2014). « Créateurs de jeux vidéo et récits de vie : la formation d'une figure hégémonique », *Revue française des sciences de l'information et de la communication*, 4 [en ligne]. URL : <http://journals.openedition.org/rfsic/763>.
- ENTERTAINMENT SOFTWARE ASSOCIATION (2018). *Sales, demographic, and usage data. Essential facts about the computer and video game industry*, Entertainment Software Association.
- GOURARIER Mélanie (2012). *Séduire les femmes pour s'apprécier entre hommes. Une ethnographie des sociabilités masculines hétérosexuelles au sein de la Communauté de la séduction en France*, Thèse de doctorat, Paris, Ecole des Hautes Etudes en Sciences Sociales.
- HJORTH Larissa, NA Bora & HUHN Jun-Sok (2009). « Games of Gender. A Case Study on Females Who Play Games in Seoul, South Korea », in Hjorth Larissa & Chan Dean (dir.), *Gaming cultures in the Asia-Pacific region*, Routledge, pp. 251-272.
- INTERNATIONAL GAME DEVELOPERS ASSOCIATION (IGDA) (2017). *Developer Satisfaction Survey*.
- JEON GYONGRAN (2007). « A Study of Women in Digital Games and Their Gaming », *Saibō k'ōmyunik'eisōn hakpo [Journal universitaire des cybercommunications]*, 22, pp. 83-117.

- JIN DAL-YONG (2010). *Korea's online gaming empire*. Cambridge, MIT Press.
- KELTY Christopher (2008). *Two bits: the cultural significance of free software*, Durham, Duke University Press.
- KERR Aphra (2002). « Representing Users in the Design of Digital Games », in Mäyrä Frans (dir.), *Computer Games and Digital Cultures conference proceedings*, Tampere, Finland, Tampere University Press.
- KIM CHOONG-SOON (1992). *The culture of Korean industry: an ethnography of Poongsan Corporation*, Tucson, University of Arizona Press.
- KIM Kwang Wook (2015). « « Oyōm »toen konggan'gwa mom mandŭlgi: k'olsent'ōūi nodongt'ongje mit yōsōngŭbyōnjaūi nagin hyōngsōng kwajōng (yōn'gunonmun) [Les espaces « viciés » et la construction des corps : contrôle de la main-d'œuvre et processus de stigmatisation du tabagisme chez les employées féminines d'un centre d'appel] », *Han'guk munhwa illyuhak [Anthropologie culturelle coréenne]*, 48 (2), pp. 45-87.
- KOCCA (2011). *White Paper on Korean Games*.
- KOCCA (2013). *White Paper on Korean Games*.
- LIGHT Jennifer S. (1999). « When computers were women », *Technology and Culture*, 40 (3), pp. 455-483.
- LIGNON Fanny (2015). *Genre et jeux vidéo*, Toulouse, Presses universitaires du Midi.
- MALABY Thomas M. (2009). *Making virtual worlds : Linden Lab and Second Life*, Ithaca, Cornell University Press.
- MARGOLIS Jane & FISHER Allan (2003). *Unlocking the Clubhouse: Women in Computing*, Cambridge, MIT Press.
- MCGRATH Ben (2014). « The Rise of the Professional Cyber Athlete », *The New Yorker*, 17 novembre 2014.
- MENGER Pierre-Michel (2003). *Portrait de l'artiste en travailleur : Métamorphoses du capitalisme*. Paris, Seuil.
- NATIONAL PUBLIC RADIO (2014). « Episode 576: When Women Stopped Coding », *NPR.org*.
- O'DONNELL Casey (2014). *Developer's Dilemma: The Secret World of Videogame Creators*, Cambridge, MIT Press.
- PABERZ Chloé (2016a). *La cité des héros. Ethnographie d'une petite entreprise de jeux vidéo en Corée du Sud*, Thèse de doctorat, Nanterre, Université Paris Nanterre.
- PABERZ Chloé (2016b). « The Narrative of the Misfit among South Korean Game Developers », in Jackson Andrew David & Balmain Colette (dir.), *Korean screen cultures: interrogating cinema, TV, music and online games*, Bern, Peter Lang, pp. 55-76.
- RUSSEL Stuart & NORVIG Peter (2009). *Artificial Intelligence: A Modern Approach*, Upper Saddle River, Pearson.
- STUART Keith (2014, septembre 17). « UK gamers: more women play games than men, report finds », *The Guardian*, 17 septembre 2014.
- VIGARELLO Georges (2002). *Du jeu ancien au show sportif : la naissance d'un mythe*, Paris, Seuil.

ZABBAN Vinciane (2011). « *Ceci est un monde.* » *Le partage des jeux en ligne : conceptions, techniques, et pratiques*, Thèse de doctorat, Paris, Université Paris-Est.

NOTES

1. Si la définition des jeux *casual* ne fait pas consensus, ils sont ici entendus dans leur acception commune, soit comme des programmes légers, simples et gratuits, joués par des joueurs occasionnels sur leurs téléphones portables pour combler des temps d'attente (par exemple *Candy Crush* ou *Angry Birds*). Leur caractéristique principale est la facilité d'accès : initialement, ils exigent peu de ressources en termes de matériel, de temps, d'argent ou de connaissances préalables. Les règles sont généralement simples et la progression rapide.
2. Suite à cette enquête, un programme spécifique mis en place à l'École de science informatique de l'Université de Carnegie Mellon a permis d'y faire revenir les étudiantes.
3. Cette ethnographie est détaillée dans ma thèse de doctorat (Paberz, 2016a). Je remercie la Korea Foundation, l'Université Paris Nanterre et le Ministère de l'Enseignement et de la Recherche qui ont financé cette thèse.
4. Les prénoms ont été changés.
5. Plusieurs fois au cours de la journée, les chefs d'équipe et quelques salariés prennent des pauses cigarettes sur le balcon. Aucune femme ne se joint à eux : en Corée, il est particulièrement mal vu pour une femme de fumer (Kim Kwanwook, 2015), comme en témoignent les nombreuses mentions du tabagisme de Vicky, une américaine ayant travaillé dans l'entreprise avant moi, présenté comme l'un des indices de son immoralité au même titre que les bagarres auxquelles elle aurait participé au sortir des boîtes de nuit. Des Coréennes de tous âges fument, mais elles le font presque toujours en cachette des hommes.
6. Ce terme indique un attachement fort et est communément employé dans le cadre des relations amoureuses, affinitaires et familiales.
7. Les *k'ap'e*, terme emprunté à l'italien *caffè*, désignent des établissements qui proposent thés, cafés et pâtisseries ; l'ambiance s'y rapproche des salons de thé et des chaînes américaines du type Starbucks.
8. Le bon restaurant est désigné par le terme *matchip*, littéralement « maison du goût », tandis que la gargote se dit *papchip*, littéralement « maison du riz ».
9. La taverne, *sulchip*, littéralement « maison d'alcool » sert surtout des alcools à bas prix, essentiellement des bières coréennes et du *soju*, la boisson alcoolisée la plus consommée en Corée. Cet alcool de riz, ou d'autres céréales et féculents, est distillé est titré à moins de 20%. Pour connaître la résistance d'une personne à l'alcool, on lui demande habituellement combien de bouteilles de *soju* (35 cl) elle peut boire.
10. À ce sujet, voir également l'article de Johann Chaulet et Jessica Soler-Benonie (2019) dans ce numéro.
11. Dans le domaine des études sur le jeu vidéo, le genre est généralement abordé uniquement du point de vue des femmes (Bertrand et al., 2015). Cette asymétrie des études de genre, que Mélanie Gourarier nomme « invisibilité du masculin » (Gourarier, 2012), participe d'une idéologie du masculin comme genre neutre et non construit.

RÉSUMÉS

À partir de l'ethnographie du processus de création d'un jeu vidéo dans une entreprise sud-coréenne, cet article analyse comment les femmes se font une place dans l'industrie du jeu vidéo, c'est-à-dire au sein d'une communauté de travailleurs dotée d'une culture propre. Environ 27 % des employés des studios de développement coréens sont des femmes. Toutefois, le jeu vidéo reste considéré par tous comme un objet fait par et pour les hommes. Les travailleuses se trouvent donc « chez » les développeurs, où leur présence est décrite comme une anomalie. Elles sont exclues de plusieurs moments-clés : attentives aux rumeurs de romance entre collègues, elles évitent de déjeuner avec un groupe d'hommes ; préoccupées par les rumeurs de viols, elles n'utilisent pas les dortoirs aménagés pour les périodes de charrettes, ce qui les éloigne du travail de nuit ; soucieuses de rentrer tôt pour ne pas inquiéter leurs familles, elles ne participent pas aux beuveries entre collègues. Presqu'absentes des équipes de programmation et dans la hiérarchie, elles travaillent généralement à l'écriture des scénarios, à l'accueil, à l'administration, etc. Ces fonctions sont justement considérées comme à part dans le travail de conception du jeu. Celles qui, au contraire, occupent des postes ou adoptent des comportements archétypaux de la culture professionnelle du jeu vidéo, sont décrites comme des « monstres » ou comme des « garçons manqués ». Ces travailleuses critiquent la déconsidération de leur travail et la difficulté à s'ajuster constamment à la misogynie ambiante. Elles doivent se construire activement une place dans une communauté qui se définit comme masculine, parfois en jouant avec les stéréotypes. Alors que les sciences sociales se sont davantage intéressées aux usages des logiciels qu'à leur création, cet article s'intéresse à la place des femmes dans l'industrie de jeux vidéo.

This paper, based on the ethnography of a South Korean videogame, shows how women find their role in the videogame industry, which consists of a community of workers who have their own culture. About 27 percent of the game industry employees are women. However, videogame is still considered as being made by and for men. Female workers are thus treated as temporary guests in a community of men, where their presence is described as an anomaly. They are excluded from various key moments, such as lunch breaks (to prevent rumors regarding their romantic relationships), night shifts especially during intensive work periods that precede deadlines (because of rumors reporting rapes committed in companies' dormitories), and drinking sessions (that they leave early in order not to worry their families). Very few women are programmers or managers ; most of them write scenarios, answer the phone, or work as administration staff. These positions are considered as not belonging entirely to the process of creating a videogame. The few women who are at the core of the process, as well as those who show typical traits of the gaming culture, are described as « monsters » or as « tomboys ». Female game workers accuse their colleagues of discrediting their work and regret the nuisance of a generally misogynistic atmosphere. They actively build their own position in a workplace that is mainly defined as a male community, sometimes by playing with stereotypes. While social sciences have mostly documented how video games are played, this paper focuses on how video games are made by social groups where the presence of women consistently raises doubts and adjustments.

INDEX

Mots-clés : jeu vidéo, Corée, informatique, femmes, création

Keywords : videogames, Korea, information technologies, women, creation

AUTEUR

CHLOÉ PABERZ

University of London, School of oriental and african studies