

UNE MAISON DE POUPEE VIRTUELLE CAPITALISTE ? *THE SIMS* : DOMESTICITÉ, CONSOMMATION ET FÉMINITÉ¹

Mary FLANAGAN²

« La constitution d'un foyer peut (et devrait) constituer un acte hautement créatif d'expression personnelle » (Will Wright)

Grâce au développement des consoles, les jeux vidéo ont désormais rejoint la maison. Ils rompent ainsi avec les images stéréotypées véhiculées par les médias dans les années quatre-vingt, celles de salles d'arcade crasseuses où viennent s'agglutiner des jeunes en mal de loisirs... En outre, certains jeux dépeignent l'espace domestique et invitent le joueur à participer à sa construction. Depuis *Little Computer People* (Activision, 1985), la sphère privée est ainsi devenue un support à la création vidéoludique, aussi bien comme décor que comme thème de jeu, constituant une véritable alternative à d'autres formes plus « classiques » d'action et de simulation.

*The Sims*³, emblématique du phénomène, échappe aux typologies classiques des jeux vidéo, le plus souvent violents. Ce titre populaire⁴ offre au joueur la possibilité d'évoluer dans une sorte de maison de poupée électronique et « intelligente », habitée par des personnages virtuels. Praticué également par des adultes, le jeu, qui embrasse résolument les modes de vie et de

¹ Traduit de l'américain par Karen Twidle, Mélanie Roustan et Rémi Leciak.

² Artiste féministe, enseignant les arts multimedia à l'université d'Oregon.

³ Après le succès de *Sim City*, jeu de stratégie et de simulation où l'objectif est de créer, gérer et faire prospérer une ville en faisant varier divers paramètres, puis en laissant son œuvre se développer « seule » (c'est-à-dire suivant le logiciel), Electronic Arts lance *The Sims*, qui resserre la focale vers le foyer des « habitants » et leurs interactions (N. d. T.).

⁴ En mars 2002, Electronic Arts annonçait que *The Sims* était devenu le jeu vidéo le plus acheté de tous les temps, avec plus de 6,3 millions de copies vendues à travers le monde. Traduit en 14 langues, le jeu plaît aussi aux femmes, qui représentent plus de 50 % des nouveaux joueurs et environ 40 % du total actuel (BW, 2002).

consommation des banlieues résidentielles américaines, ouvre un espace de négociation entre les expériences domestiques réelle et virtuelle.

De ce fait, l'analyse de *The Sims* se révèle intéressante du point de vue de la définition des rôles sexués, de la projection ou du renversement des genres, dans la mesure où il cristallise les dimensions imaginaires et créatives de mise en scène de l'espace familial ou ménager, classiques des jeux « traditionnels » et maintenant des jeux vidéo. De plus, l'univers vidéoludique s'inscrivant dans une culture informatique largement masculine, l'examen des genres s'y trouve à la fois justifié et fertile, ouvrant un certain nombre d'interrogations.

Où mène l'exploration du thème domestique dans l'univers des jeux vidéo, créés par des hommes pour des hommes ? De quelle manière le jeu *The Sims* relève-t-il le défi ? Quels critères retient-il pour définir l'espace domestique ? Et comment concevoir la consommation de biens d'équipement comme un sujet de fascination et d'amusement dans les jeux vidéo ? Ces derniers sont-ils à considérer comme le reflet d'une nouvelle guerre des sexes, d'une velléité d'appropriation du domestique par les hommes ?

Cette étude repose sur une description de la reproduction de l'espace domestique dans les jeux et ses conséquences en termes de socialisation sexuée. Le jeu *The Sims* y fait l'objet d'une analyse (féministe) des paradigmes épistémologiques à l'œuvre dans ce type d'espaces. Dans cet article, l'attention se fixe plus particulièrement sur les pratiques de consommation.

L'ESPACE DOMESTIQUE DU PAVILLON DE BANLIEUE

La banlieue résidentielle, l'après-guerre et le Rêve Américain

L'*habiter* occupe une place fondamentale dans l'existence humaine. De la yourte nomade au duplex urbain, avoir un toit est à la fois un dénominateur commun universel et un discriminant culturel. Dans notre imaginaire, c'est la maison qui

symbolise le foyer (quelle que soit la forme véritable de l'habitation), et s'amuser à le recréer par le jeu semble faire partie intégrante de la nature humaine. Reconstituer des intérieurs miniatures et « jouer à la maison » (comme on dirait « jouer à la poupée ») sont des classiques de l'univers ludique. *The Sims* s'inscrirait alors dans le prolongement d'une longue tradition.

En Occident, notamment dans les États-Unis d'après-guerre, le pavillon de banlieue devient le symbole du Rêve Américain, incarnant le capitalisme glorieux et ses promesses égalitaires d'ascension sociale. Henri Lefebvre, à l'instar de nombreux théoriciens marxistes, considère la consommation immobilière comme un déploiement du capitalisme. Pour autant, sa critique ne parvient pas – elle non plus – à échapper à une forme d'idéalisation de la maison : « aussi cosmique qu'humaine, de la cave au grenier, entre terre et ciel, elle condense l'onirique et le rationnel » (1991 : 121). Quant aux concepteurs de *The Sims*, en utilisant la maison et son environnement immédiat comme palette normative de promotion d'une image particulière du foyer, ils « surfent » sur une utopie issue du marketing et de la publicité.

The Sims, ses « habitants » et leurs maisons virtuelles

Dans *The Sims*, le but du jeu est d'avoir un avatar heureux, bien nourri, propre et en bonne santé. Dès l'acquisition du logiciel, la plupart des joueurs se retrouvent « embarqués » pendant des heures, voire des journées, dans la manipulation de leur habitation virtuelle, effectuant ainsi un travail d'appropriation de leur maison préfabriquée. Au début, ils ont droit à un modeste pavillon de deux pièces, agrémenté d'un patio, de quelques fleurs et arbustes, et d'une boîte aux lettres – cette maison standard étant distribuée indifféremment selon la classe sociale, la couleur ou l'origine ethnique du joueur et de son avatar. Elle incarne à la fois l'essence de l'architecture pavillonnaire américaine et la potentialité pour le joueur d'exprimer son individualité, celui-ci disposant des moyens d'agrandir sa maison, de l'équiper en meubles et accessoires, et d'y développer des loisirs comme la lecture ou la télévision.

Un décor unique et autosuffisant : l'espace domestique

Au cours du jeu, l'imagerie domestique ne quitte jamais l'écran : ce que peut voir le joueur se limite à l'espace intérieur de la maison et à son pourtour. Même s'il dispose de commandes pour changer son point de vue, la maison demeure toujours au centre de l'interaction et du jeu ; l'espace structurel de celle-ci est le seul endroit où les *Sims* (les « habitants » du jeu) peuvent agir. Si les personnages ont un semblant de vie à l'extérieur de la maison (la plupart vont travailler, par exemple), les joueurs n'y accèdent jamais. De plus, parmi les bibelots et autres éléments de décoration, rien ne vient témoigner d'une éventuelle histoire, notamment familiale.

« L'argent fait le bonheur »

Au départ, le logement est vide et les joueurs disposent d'une enveloppe prédéfinie pour s'équiper en mobilier, en électroménager, en ustensiles de cuisine et autres éléments essentiels comme les luminaires (sans quoi l'obscurité envahit les lieux à la tombée de la nuit). Ils doivent également acheter de la nourriture.



En cas d'arrivée de nouveaux venus, l'acquisition de meubles est encouragée par le logiciel : le confort, mais également le *réconfort* qu'ils apportent à leurs utilisateurs, dépendent du prix déboursé. Les personnages virtuels tirent plus de bonheur d'un luxueux fauteuil capitonné que d'une simple chaise en bois... Le joueur, une fois conscient du lien entre la taille de son budget et le bonheur de sa « petite famille », poussera cette dernière à augmenter son revenu et du même

coup son pouvoir d'achat et son niveau d'équipement. Car sans ressources ou en l'absence d'un apport régulier en nourriture, mais aussi d'un renouveau de leurs espaces et de leurs « jouets », les *Sims* dépérissent et dépriment jusqu'à négliger leur hygiène de base et celle de leur habitat ! La maison finit par crouler sous la crasse et les choses peuvent littéralement tourner à la catastrophe... Ainsi, faire rentrer de l'argent – engranger les *simoléens* (la monnaie « locale ») – est primordial à la réussite du jeu (qui offre d'ailleurs, en plus du travail, diverses manières d'y parvenir y compris la triche).

La cuisine, centre du monde

Les premières interactions dans *The Sims* ont généralement lieu dans la cuisine, qui apparaît comme la pièce la plus favorable aux rencontres mais aussi à l'introduction des nouveaux gadgets (de nombreux articles proposés aux joueurs y sont destinés). Paramétrée par défaut, la cuisine constitue, avec ses deux portes, une frontière perméable entre les espaces intérieurs et extérieurs. En cela, elle reflète l'évolution de la place de cette pièce dans le mode de vie américain : aux XVIII^{ème} et XIX^{ème} siècles, la cuisine était une zone de service ; avec les progrès de l'électroménager et la vague de la « nouvelle cuisine », elle est devenue un lieu de luxe et de prestige au sein de la culture moderne – car parvenir à dégager du temps pour cuisiner implique d'avoir assez d'argent et de motivation pour passer outre les fast-foods et autres « dîners micro-ondes ». Dans l'habitat américain contemporain, la cuisine est la pièce la plus grande, en premier lieu pour des questions d'encombrement et de profusion des appareils électroménagers (Busch, 1999 : 45).

Toutefois, dans *The Sims*, il est possible de « jouer » sur ces normes et conventions sociales, par exemple en expérimentant des emplacements originaux pour les objets matériels. Si un joueur place fauteuil et télévision dans la cuisine, les personnages semblent aussi satisfaits que lorsque le dispositif est installé dans la chambre à coucher. Cette flexibilité permet au joueur de modifier l'agencement stéréotypé du foyer... Cependant, malgré cette élasticité, il demeure impossible de

déplacer le lit dans la cuisine ou l'évier dans la chambre : de toute évidence, le meilleur moyen d'influencer le bonheur d'un *Sim* se situe au niveau des produits et non du *Feng Shui*⁵ !

LE BONHEUR EST DANS LA BANLIEUE...

Si le phénomène des banlieues est assurément international, les modèles d'urbanisation et d'occupation de l'espace demeurent culturellement variables. Silverstone attribue à Londres la première banlieue, la surpopulation au XIX^{ème} siècle ayant poussé les habitants de la classe moyenne hors des murs de la ville, doublant ainsi les effectifs de ses périphéries (1997 : 3). Le phénomène s'est rapidement propagé dans le monde entier, favorisé par le développement des industries ferroviaire et automobile.

Sécurité, confort, maîtrise... et consommation

The Sims s'appuie sur un idéal de la banlieue fondé sur un contrôle de l'environnement. D'après Lars Lerup (2000), le rêve de la banlieue pavillonnaire s'étend jusqu'à ses moyens de transport : selon lui, la *Chevrolet Suburban* est devenue l'icône classique qui permet de prolonger le cocon protecteur de la banlieue tout au long du trajet vers la ville, lieu de tous les dangers – comme si le sentiment de maîtrise était proportionnel à la taille du 4x4 familial⁶... C'est l'exploration d'un tel sentiment qui est à l'œuvre dans *The Sims*, à travers l'exaltation des désirs matériels : le joueur s'efforce d'agrandir sa maison, d'accumuler des biens, et de gravir les échelons professionnels, car sa réussite dans le jeu en dépend pour partie.

Dans la géographie de *The Sims*, la maison de chaque joueur est construite comme un monde à part entière. Tous les

⁵ Venu du Japon, le *Feng Shui* est l'art d'aménager son intérieur en fonction des flux d'énergie, pour le bien-être et la sérénité de ses habitants (N. d. T.).

⁶ Dans le texte « *SUV* », acronyme de « *sports utility vehicle* » : catégorie automobile regroupant les 4x4, les breaks et autres pick-up (et symbolisant le mode de vie à l'américaine, notamment via une forte consommation de carburant) (N. d. T.).

pavillons sont situés dans un lotissement, sur une avenue anonyme en périphérie de *Sim City* (ville où les personnages vont travailler). Tous les *Sims*, y compris les familles démunies, vivent dans cette agréable banlieue aux larges voies goudronnées – pour l'anecdote, Will Wright mentionne que les utilisateurs français ont tendance à se plaindre de leurs dimensions, estimées « trop américaines » (Boal, 2000 : 13). Les rues du quartier, les maisons et leurs intérieurs, sont rendus en trois dimensions et offrent une abondance de détails. Les joueurs, acteurs autant que voyeurs de leur vie simulée, peuvent zoomer et opter pour leur point de vue préféré sur leurs « banlieusards virtuels ».

Travail des femmes et économie ménagère

Si l'Américain-type a coutume de rêver sa maison en royaume, le pavillon de banlieue des *Sims* se transforme aisément en utopie... Dans le jeu, l'espace domestique ne peut être séparé de son idéal, issu d'un imaginaire populaire et d'un système social qui participent de l'icône de la banlieue américaine ou du moins s'en sont rattachés au cours du siècle dernier. La banlieue offre des espaces architecturaux originaux constitués en zone protégée ; bien plus, elle incarne un mode de vie où viennent s'agréger des valeurs, des croyances et des attentes.

Historiquement, l'émergence de cette forme d'habitat est à mettre en relation avec l'entrée des femmes dans la vie active et l'effondrement apparent des rôles familiaux traditionnels. De la révolution industrielle à la Seconde Guerre mondiale, l'Occident fut le témoin de diverses libérations des femmes, puis de leurs contrepoints, dans un mouvement général de domestication par l'économie ménagère. Pour Spigel, dans les Etats-Unis d'après-guerre, « l'idéal de la nouvelle famille, lié à celui de la banlieue, repose sur une idéologie du consensus, porteuse de promesses matérielles comme la sécurité et la stabilité » destinées à ceux qui avaient connu la mort et le rationnement à grande échelle (1992 : 2). La banlieue a ainsi contribué à rétablir les femmes dans des rôles domestiques traditionnels hérités du XIX^{ème} siècle. Le symbole incarné par

« *Rosie the Riveter* » (celui de la contribution féminine à l'effort de guerre par le travail) cède le pas à celui de *June Cleaver* (stéréotype télévisuelle de la femme au foyer *middle-class*, blanche, d'après-guerre).



Norman Rockwell, *Rosie the Riveter*, 1943



June Cleaver, de la série télévisée *Leave It To Beaver*, jouée par Barbara Billingsley, 1958

Les années 2000, le repli sur l'espace domestique

En 2002, alors que la popularité des *Sims* atteint des sommets, la culture américaine connaît un événement relatif aux liens entre les aspects matériels d'un mode de vie et sa simulation virtuelle.

Depuis les années quatre-vingt, aux Etats-Unis, la tendance est aux espaces sous contrôle ; la maison, anciennement havre de paix, s'est muée en lieu de défense. *The Sims* a été conçu en plein boom des *start-up*, dans une période de grand optimisme où la robustesse de l'économie et la faiblesse du taux de criminalité se mêlaient au langage utopique des nouvelles technologies pour offrir un style de vie quasi-mythique. Les Américains, littéralement à l'abri et en sécurité⁷ (puisque vivant avec un des taux de criminalité le plus bas depuis des

⁷ Dans le texte : « *safe and secure* » (N. d. T.).

décennies) *se la coulent douce*⁸ et participent activement à la consommation des biens domestiques et des technologies virtuelles. Après l'éclatement de la bulle internet, les dépenses américaines en biens durables ont chuté de façon significative, tout en restant cependant supérieures aux indices antérieurs à la vague « *dot.com* »⁹. De plus, depuis le 11 septembre, les achats en biens durables (comme l'équipement domestique) ont augmenté de dix points, en particulier l'électroménager, le mobilier et les systèmes d'alarme (*US Congress Report*, 2002).

La popularité grandissante de jeux vidéo comme *The Sims* vient renforcer le phénomène, qui met au jour un repli des Américains sur leur espace domestique, tant réel que virtuel.

The Sims : un « jeu » sur les valeurs ?

The Sims présente néanmoins une dimension « second degré », certains joueurs voyant dans son adhésion flagrante à la consommation une marque d'ironie – car au bout du compte, le jeu encourage ses utilisateurs à s'interroger sur le principe d'un bonheur qui serait proportionnel à la taille et à la qualité des possessions matérielles. A un certain point, si les personnages sont riches, c'est qu'ils travaillent beaucoup et qu'ils ont peu de temps libre : les instruments de leurs plaisirs doivent alors se montrer particulièrement « rentables ». Finalement, les biens et services sont valorisés dans le jeu, mais l'interaction humaine et la compassion le sont tout autant...

De la même manière qu'après-guerre, la première génération habitant les banlieues pavillonnaires était consciente de la nature artificielle et « performative » de l'*American Dream* lié à la consommation et aux modes de vie des années cinquante, les joueurs de *The Sims* s'amuse à jouer un rôle qu'ils connaissent très bien... En effet, le jeu n'aurait probablement pas autant de succès sans la dimension jubilatoire qu'il offre à

⁸ Dans le texte « *livin' large* » (N. d. T.). Titre d'un kit d'extension du jeu *The Sims*.

⁹ Littéralement « *point.com* », retranscription phonétique du suffixe indiquant le domaine commercial de l'Internet, et par-là les entreprises de ce secteur (N. d. T.).

ses utilisateurs, qui doivent faire toujours plus de shopping et s'adonner sans retenue à la consommation et à la manipulation des objets achetés. En revanche, ce qui semble plus délicat, c'est que la progression et la réussite dans le jeu reposent sur cette seule consommation. Celle-ci, en apparaissant comme une fin en soi (et dans la mesure où elle renvoie inévitablement à son double réel – et inversement), souligne des aspects nettement plus problématiques de la question, sur les plans matériels et financiers aussi bien que symboliques et psychologiques.

Si la consommation comme jeu et comme jouet¹⁰ constitue un levier de réflexion sociologique intéressant, il en va de même pour l'analyse du lien entre consommation et espace. Que se passe-t-il quand un jeu vidéo, produit typiquement masculin, « s'invite à la maison » aussi bien réellement (il se pratique à domicile) que virtuellement (il met en scène l'espace domestique) ? Ce type de jeux renvoie-t-il à une nouvelle guerre des sexes, à une revendication de l'espace domestique par une industrie informatique « masculiniste »¹¹ ?

Malgré la diversité culturelle des pratiques d'occupation des espaces, notamment urbains, *The Sims* promeut résolument et inéluctablement la quintessence du modèle capitaliste américain incarné par le pavillon de banlieue. Aux plans géographique autant que culturel, cette dernière est au cœur de la culture contemporaine américaine – la périphérie se fait centre – et offre aux genres un espace privilégié où se déployer.

DES ESPACES FEMININS

La maison comme espace sexué et de « sexualisation »

Dans notre société, la maison est généralement associée au féminin, comme le montre l'imaginaire populaire auto-

¹⁰ Dans le texte « *game goal and play goal* » (N. d. T.).

¹¹ Adjectif construit sur le modèle de « féministe » (N. d. T.).

entretenu par la télévision, le cinéma et autres médias. A la fin du XIX^{ème} siècle et au début du XX^{ème}, jouer à la maison de poupée était un loisir couru, qui trouvait sa place jusque dans les magazines de décoration. Les enfants découpaient, dans des vieux cahiers ou des albums conçus à cet effet, les éléments nécessaires à la création par collage d'intérieurs miniatures. Ces premières représentations graphiques des demeures de la bonne société nous donnent un aperçu de l'idée que se faisait une classe spécifique de la notion de maison à une époque et en un lieu donnés. Pour Rodris Roth, ce genre de maisons-albums à découper constituaient « le moyen idéal pour initier les petites filles à leurs futurs rôles d'épouses, de mères et de ménagères », car « la petite maison, comme la grande, devait être correctement gérée et bien tenue » (1998 : 308). Implicitement, la maison était perçue comme un espace sexué¹².

Cette éducation, en l'occurrence spécifiquement féminine, à l'imitation des goûts parentaux, notamment par le biais de l'achat par correspondance de biens désirés sur échantillons, indique un entrelacement des notions de jeu, de genre et de consommation. Le domicile, clairement au centre d'un système patriarcal, est pensé comme espace traditionnel, proposant nourriture et réconfort aux hommes, mais « limitant » les femmes. Le foyer apparaît alors comme le cadre de l'enracinement des structures : propriété des hommes, travail des femmes, jeu des enfants... et consommation de tous. Dans ce contexte, tenir son ménage revient à prolonger les frontières culturelles, matérielles et symboliques des normes dominantes, tout en gardant le pouvoir de jouer dessus.

Pratiquer *The Sims*, une forme de féminisation ?

Dans *The Sims*, le rôle principal de l'espace domestique ainsi « banlieuisé »¹³ apparaît comme une démonstration des valeurs économiques, politiques et idéologiques enjoignant aux femmes de l'investir. La définition de l'espace s'y fait *conception* de la femme, au sens premier du terme. Dans cette

¹² Dans le texte « *gendered space* » (N. d. T.).

¹³ Dans le texte « *suburbanized* » (N. d. T.).

logique, si la sphère privée est socialement liée au féminin, jouer à un jeu situé en son sein revient à une forme de « féminisation » du joueur. Le fait que *The Sims* plaise aux filles étayerait cette hypothèse. Avec ce jeu comme avec des maisons de poupées telles que *Barbie et sa Fantastique Maison de Rêve*¹⁴, s'exerce une certaine fascination pour les objets domestiques, la consommation et les valeurs de classe normatives. Ces maisons de poupées interactives incarnent-elles l'imaginaire matériel du capitalisme ? Les désirs de leurs concepteurs et des adultes en général vis-à-vis des enfants qui jouent ? Ou, de façon plus enchevêtrée, une espèce de « performance » (au sens artistico-théâtral du terme) effectuée par les joueurs sur les rôles sexués traditionnels qui les enchâssent ? L'hypothèse avancée pour *The Sims* est que la conception de l'espace du jeu, ainsi que les actions et les objectifs qu'il prescrit, convergent vers une forme de féminisation du joueur, reflétée dans le jeu au niveau de son organisation sociale par la prédominance d'une culture de consommation.

Cette féminisation, bien que rattachée sans réserve à la consommation, pourrait se révéler être une force libératrice à d'autres niveaux. Les joueurs intègrent des rôles traditionnellement féminins lorsqu'ils commencent à jouer, mais ont la possibilité de créer des mini-systèmes à l'intérieur de ces contraintes. Cela signifie-t-il pour autant que la subversion est possible au sein d'une telle structure ?

De possibles distanciations

Dans *The Sims*, le jeu peut être détourné par des techniques de *skinning*¹⁵ qui substituent aux objets domestiques virtuels des équivalents absurdes ou porteurs de valeurs anti-conformistes. D'autre part, la « culture fan » qui l'entoure permet d'écrire, de réécrire, et donc d'imaginer sans cesse les histoires de vie de ses personnages virtuels.

¹⁴ Dans le texte « *Barbie and her Magical Dream House* ». La traduction n'est pas « officielle », cet énorme jouet n'étant pas à la vente en France (N. d. T.).

¹⁵ Littéralement « épiluchage » (N. d. T.).

Ces phénomènes ouvrent un espace alternatif qui n'est pas donné a priori par l'espace domestique du jeu. Par conséquent, ils constituent une des seules arènes où des pratiques « post-consommatrices » peuvent se manifester. Pour finir, certains joueurs sabotent le jeu en rendant délibérément misérable la vie de leurs petits consommateurs, et il est possible de télécharger sur internet des modèles de maisons perverses, comme celle de « M. Sadique »¹⁶ où les pauvres *Sims* se retrouvent torturés, souvent à mort.

CONCLUSION

The Sims est un jeu dont le *gameplay*¹⁷ met en oeuvre des méthodes de socialisation et d'acculturation¹⁸ subtiles mais puissantes, reposant sur une *pratique* virtuelle des activités quotidiennes, des modèles d'interaction et des valeurs sociales. Le principe de la construction d'un foyer centré sur la consommation présente un système de significations sociales particulièrement fort. Pour autant, les jeux vidéo cristallisent les angoisses et incertitudes relatives à l'idéologie domestique et aux rôles sexués – souvent ignorées des concepteurs mais « involontairement » révélées au cours de la pratique ludique. De façon symptomatique, Will Wright et l'équipe des créateurs de *The Sims* se montrent intransigeants quant au statut « neutre » du jeu : toutes les origines ethniques et toutes les classes sociales peuvent y coexister, l'objectif de tous restant d'atteindre le Rêve Américain du pavillon de banlieue. Toutefois, dans la mesure où le jeu repose sur la consommation, le terme « neutre » apparaît problématique. Dans *The Sims*, les espaces domestiques sont bien plus que le simple reflet stéréotypé d'une guerre des sexes. Car les hommes comme les femmes sont encouragés à devenir des « consommateurs domestiques »¹⁹, féminisés par le système qui les invente. Les

¹⁶ Dans le texte « *Mr Sadistic* » (N. d. T.).

¹⁷ Logique interne du jeu : objectifs et façons d'y parvenir (N. d. T.).

¹⁸ Dans le texte « *enculturation* » (N. d. T.).

¹⁹ Dans le texte « *household consumers* » (N. d. T.).

concepteurs et les joueurs de *The Sims*, en s'appropriant l'espace domestique par le biais de mécanismes complexes, ont transformé ce « recoin » de jeu vidéo en un site de féminisation, et – pourquoi pas à l'avenir ? – de changement social...

BIBLIOGRAPHIE

- BOAL Mark, 29 mars 2000, « Three days in the most surreal game on earth : me and my Sims », *The Village Voice*, <http://www.villagevoice.com/issues/0013/boal.php>.
- BUSCH Akiko, 1999, *Geography of Home*, New York, Princeton Architectural Press.
- BW (*Business Wire*), 21 Mars 2002, « The Sims becomes the best selling PC game of all time », *Business Wire*, 30.
- LEFEBVRE Henri, 1991, *The Production of Space* (translated by D. Nicholson-Smith), Oxford, Blackwell.
- LERUP Lars, 2000, *After the City*, Cambridge, MA, Massachusetts Institute of Technology Press.
- ROTH Rodris, 1998, « Scrapbook houses: a late nineteenth-century children's view of the American home », in Eleanor McD THOMPSON (Ed.) *The American Home. Material culture, domestic Space, and family life*, Winterthur Museum, Hanover, University Press of New England.
- SILVERSTONE Robert, (Ed.), 1997, *Visions of Suburbia*, London, New York, Routledge.
- SPIGEL Lynn, 1992, *Make Room for TV: Television and the Family Ideal in Post-War America*, Chicago, Chicago University Press.
- United States Congress Report. Economic indicators*, 2002, Washington, DC, Joint Economic Committee, Council of Economic advisers, http://frwebgate.access.gpo.gov/cgiin/getdoc.cgi?dbname=economic_indicators&docid=18au02.txt