Zeitschrift: Revue Militaire Suisse
Herausgeber: Association de la Revue Militaire Suisse
Band: - (2007)
Heft: 4

Artikel: Quand la guerre devient un jeu
Autor: Chollet, Frédéric
DOI: https://doi.org/10.5169/seals-346728

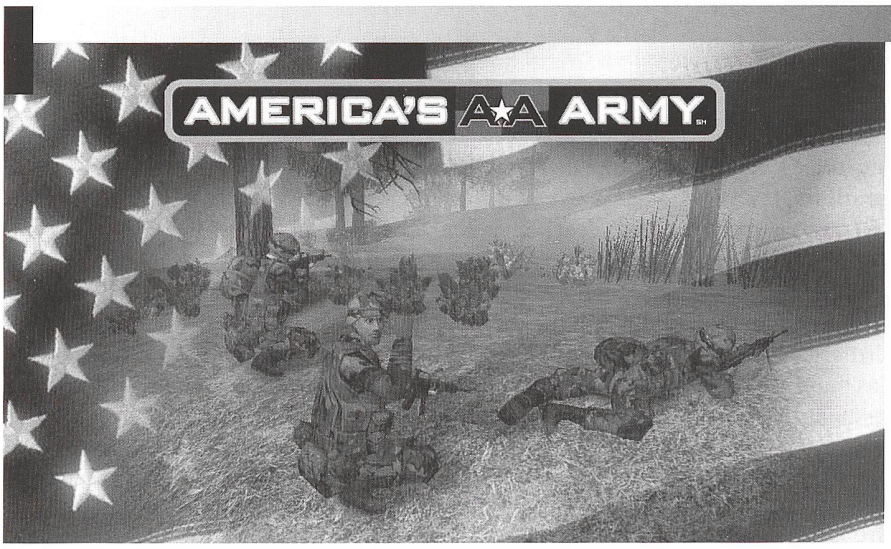
Nutzungsbedingungen
Die ETH-Bibliothek ist die Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften auf E-Periodica. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Zeitschriften und ist nicht verantwortlich für deren Inhalte. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern beziehungsweise den externen Rechteinhabern. Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen sowie auf Social Media-Kanälen oder Webseiten ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. Mehr erfahren

Conditions d'utilisation
L'ETH Library est le fournisseur des revues numérisées. Elle ne détient aucun droit d'auteur sur les revues et n'est pas responsable de leur contenu. En règle générale, les droits sont détenus par les éditeurs ou les détenteurs de droits externes. La reproduction d'images dans des publications imprimées ou en ligne ainsi que sur des canaux de médias sociaux ou des sites web n'est autorisée qu'avec l'accord préalable des détenteurs des droits. En savoir plus

Terms of use
The ETH Library is the provider of the digitised journals. It does not own any copyrights to the journals and is not responsible for their content. The rights usually lie with the publishers or the external rights holders. Publishing images in print and online publications, as well as on social media channels or websites, is only permitted with the prior consent of the rights holders. Find out more

Download PDF: 12.07.2025

ETH-Bibliothek Zürich, E-Periodica, https://www.e-periodica.ch



Multimédia

Quand la guerre devient un jeu

Lt Frédéric Chollet

Webmaster, Société militaire de Genève

Lorsque l'armée se professionnalise, elle doit faire face aux mêmes problèmes que ceux rencontrés dans les entreprises : renforcement de l'image de marque et gestion du personnel. Pour ce faire, l'armée française diffuse des spots publicitaires pour la promotion de l'Armée de terre. Quant aux Etats-Unis, le gouvernement exploite le filon du jeu vidéo pour redorer son blason et enrôler de nouveaux soldats.
Le jeu *America's Army* (AA) permet aux joueurs d'incarner un membre de l'US Army. Il permet de collaborer avec d'autres joueurs dans le but accomplir des missions similaires à celles rencontrées par les forces américaines. Il fait partie des jeux les plus populaires du moment, comptabilisant près de 8,4 millions de joueurs dont 4,7 millions ont accompli l'instruction de base ouvrant la voie aux missions en équipe. Le gouvernement américain a débloqué un budget de 7 millions de dollars pour son développement sur 10 ans. La version actuelle - *America's Army : Special Forces* - est disponible gratuitement pour tous les utilisateurs Windows. Le jeu se décline également sur les consoles *Xbox* et *Playstation 2* mais est payant.

Le concept du jeu

America's Army fait partie de la catégorie des *First Person Shooting* (FPS) multijoueurs, ou jeu de tir à la première personne. En d'autre terme, le joueur est un marionnettiste voyant aux travers des yeux de son personnage, lui faisant exécuter les mouvements désirés. Le jeu encourage le travail en équipe et la stratégie. C'est pourquoi de nombreux joueurs ont rejoint une communauté, permettant de se compléter tant au niveau du matériel, de la spécialisation ou de l'expérience de formation. La plupart du temps, les joueurs sont équipés d'un micro et d'un casque, permettant une coordination du groupe malgré les distances.
Le joueur évoluera dans des cartes dites « multijoueurs », dans lesquelles s'affrontent deux équipes de joueurs humains, ou des cartes de « coopération », confrontant une équipe humaine à l'ordinateur. La particularité de ce jeu est que le consommateur-utilisateur se verra toujours comme un soldat de l'armée américaine et ses ennemis comme une force étrangère - qu'il soit dans l'équipe d'assaut ou de défense. Dans tous les cas, le joueur fera partie des « gentils ».

L'entraînement

Reflétant la réalité, les joueurs sont tenus de suivre une formation individuelle ou de groupe avant de pouvoir servir en engagement. Le militaire virtuel commence par une instruction de base (course d'obstacle, tir, armes conventionnelles, techniques de combat) et peut ensuite accéder aux domaines de spécialisation comme tireur d'élite, sanitaire, parachutiste ou forces spéciales. Par exemple, dans l'instruction au tir, le jeu tient compte du mouvement de l'arme lorsque le soldat est essoufflé.
Selon son niveau d'instruction, il pourra accéder à d'autres formations, aventures, ou incorporations à de petites unités dans la guerre contre le terrorisme.

Les missions

Les quelque 43 missions proposées dans *America's Army*, sont réparties dans 5 catégories et ont comme objectif l'infiltration, permettant ainsi aux joueur d'acquérir les valeurs du travail en équipe et de la stratégie. Ces missions se basent sur des situations et des problèmes que l'armée américaine est susceptible de rencontrer.

L'honneur

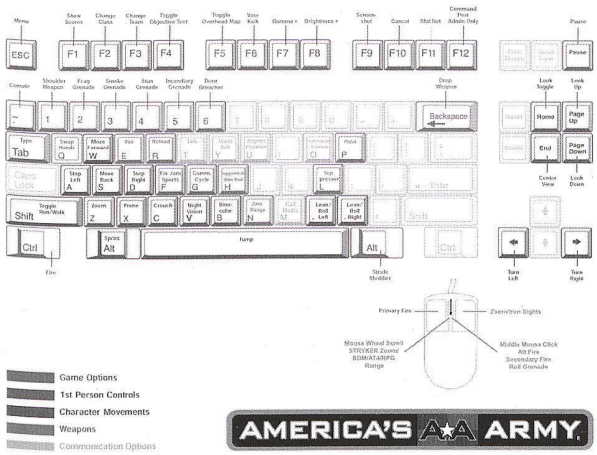
Le sentiment de reconnaissance est très fort pour les militaires. Pour s'en rapprocher, les concepteurs de *America's army* ont introduit la notion « d'honneur ». Au fil des missions, le joueur en ligne gagne des points d'expérience, faisant progresser ainsi sa renommée qui est enregistrée dans un compte sur internet. L'honneur n'apporte pas de meilleures capacités au personnage, mais donne envie au joueur d'être encore plus décoré. En outre, il permet d'établir un système de contrôle du comportement des joueurs, car le soldat perd de l'expérience s'il blesse ou tue des coéquipiers.

	INFANTRY **(12 missions)** – Ces missions couvrent une grande partie des situations topologiques et environnementales (industries, zones urbaines, etc.) et ont comme objectif de tester les capacités du joueur en tant que membre virtuel de l'US Army. Notez qu'il est nécessaire d'avoir accompli l'instruction de base pour accéder à ces missions
	82ND AIRBORNE (2 missions) – Pour ces missions, le joueur doit s'infiltrer par les airs en territoire ennemi. Il effectuera un saut à basse altitude et devra engager le combat armé d'une M16A2 ainsi que d'une M249.
	75TH RANGERS (9 missions) – Dans cette catégorie, il sera demandé au joueur d'engager le combat en milieux naturels, tels que marécages, forêts denses, déserts ou encore montagnes. Chaque joueur devra agir avec précision et en tant qu'une seule unité pour mener pour atteindre les objectifs.
	SPECIAL FORCES (16 missions) – Dans les Forces Spéciales, on peut être mené à utiliser des moyens improvisés, quand la situation est inattendue. Le joueur qualifié sera amené à collecter des informations sensibles, sécuriser un convoi, récupérer des pilotes, protéger du personnel ou des matériels alliés. Equipé d'une arme personnalisée, le joueur combattra aux côtés de forces indigènes et devra s'assurer de l'identité des cibles avant de tirer
	USER CREATED (4 missions) – Missions créées par une communauté de joueur et des employés de *America's Army*.

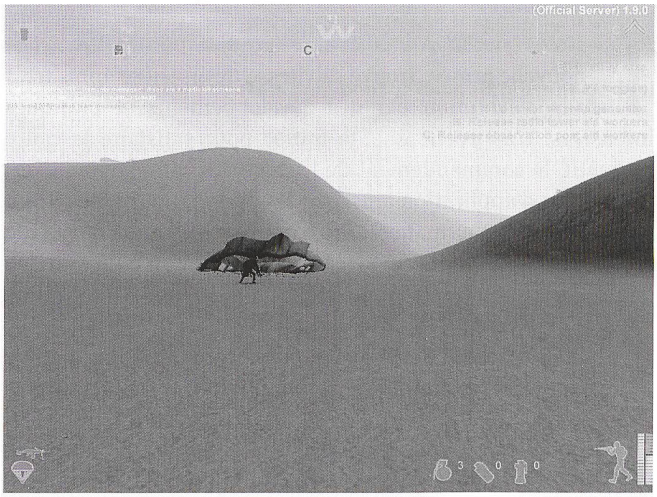
Le développement du jeu

La conception du jeu a commencé sous le couvert du secret durant l'été 2000, avant sa présentation officielle en mai 2002 à l'Electronic Entertainment Expo (E3) : le salon du jeu vidéo. Durant ces deux ans, l'équipe de développement a visité 19 postes militaires dont ceux de Fort Benning (stand de tir), Fort Lewis (armes), Fort Polk (véhicules et fouille bâtiment). Ils ont assisté à des entraînements de soldats, effectués des vols de nuits en hélicoptères *Blackhawk*, sauté de nuit en parachute et depuis une tour d'entraînement, observé un bombardement, lancé des grenades, tiré à la M16 et au mortier.

De ces visites et expériences, les développeurs ont rapporté des photos de modèles et de textures, numérisé à l'aide de capteurs des mouvements et des positions pour les animations, enregistré des centaines d'échantillons sonores. Les entraînements des soldats ainsi que les manipulations des armes (chargement, changement de mode de tir, dérangements) ont été numérisés en vidéo. Au final, les développeurs n'étaient pas plus instruits. Mais un réel effort de réalisme a été consenti.



De par sa qualité graphique et son niveau de détails, *America's Army* est effectivement un jeu proche de la réalité qui reflète bien les valeurs militaires actuelles : travail en équipe, stratégie, infiltrations, maniement des armes, valorisation du soldat, règles d'engagements (ROE), guerre contre le terrorisme.



Grâce ce jeu, l'armée américaine su tirer parti de l'importance du jeu vidéo dans la société actuelle. En effet, la moyenne d'âge des joueurs, entre 10 et 30 ans, correspond au « public cible » pour le recrutement. De plus, sa gratuité permet également d'étendre socialement la palette d'engagés potentiels.

Finalement, AA renforce le sentiment de patriotisme. Car quelque soit sa situation, le joueur fera partie de l'US Army, valorisant ainsi cette dernière et renforçant par la même occasion le rôle du gouvernement américain en tant que police universelle garante des valeurs de la liberté et la démocratie.

En conclusion, un point flou au tableau. Combien d'engagés et de membres de l'US Army jouent-ils à *America's Army* ?

F.C.