

CHAPITRE 4

Questionner les processus de ludicisation du numérique à travers le « jeu » en ligne

Sébastien Genvo

Depuis quelques années, le jeu sur support numérique n'est plus l'apanage de l'objet « jeu vidéo », qui est en retour une notion aux contours de plus en plus flous. Le mot *jeu* est en effet utilisé régulièrement pour désigner des objets et des pratiques très diversifiés dans les technologies de l'information et de la communication : les sites de « réseaux sociaux » de type Facebook proposent de plus en plus d'applications à vocation ludique, un logiciel de cartographie comme *Google maps* a été employé pour créer une partie de *Monopoly* à l'échelle mondiale, des moteurs de recherches appellent explicitement au jeu par la mise en forme de leurs interfaces (Simonnot, 2008) – ce qui incite entre autres certains sites à les employer comme mécanismes ludiques pour faire des « combats » de mots-clés¹ –, quelques journaux en ligne proposent de jouer avec l'actualité à travers des interfaces reprenant de nombreux codes du jeu vidéo, etc. C'est donc un fait déjà relevé par des auteurs tels que Alain Cotta : nos sociétés modernes sont de plus en plus traversées par le jeu, de sorte que l'innovation ludique procède aujourd'hui d'une contagion du jeu à des domaines qui lui étaient usuellement tenus pour étrangers.

1. Voir par exemple : <www.googlefight.com>.

Néanmoins, comme l'indique Jacques Henriot,

dire que le jeu se répand chaque jour davantage, que l'on joue de plus en plus à des jeux de plus en plus nombreux, cela demeure une constatation relativement banale, qui n'atteint pas le fond du problème. Le plus important n'est pas là – mais dans le fait que l'idée même de Jeu en vienne à s'appliquer à des réalités, à des situations, à des conduites à propos desquelles son emploi, récemment encore, eût paru déplacé, voire absurde ou scandaleux. Non seulement on parle de plus en plus volontiers de jeu, mais aussi et surtout on en parle autrement. [...] La nouveauté ne tient donc pas que l'on joue davantage, mais plus profondément, plus radicalement, à ce que l'idée même de Jeu se trouve prise pour modèle théorique, pour principe explicatif permettant de concevoir et d'interpréter un certain nombre de situations, d'en comprendre le sens et peut-être de les dominer. (Henriot, 1989 : 31-32)

La « ludicisation » de nombreuses technologies numériques induit de la sorte une profonde modification des représentations culturelles liées au jeu. Le jeu n'est plus systématiquement considéré comme l'opposé du sérieux ou du travail : la publicité, la communication politique et institutionnelle et la formation investissent la sphère du jeu à travers les « *serious games* ». Ces processus font évoluer ce qui peut ou non appartenir à la sphère du ludique, remettant en cause certaines dichotomies qui permettaient habituellement de définir cette activité. Dans la perspective de Jacques Henriot, les significations et connotations liées au jeu sont culturellement construites, les peuples ont des idées différentes de ce qu'est le jeu, ces idées évoluant à travers le temps et l'espace. Cela incite à comprendre comment s'opère la « construction signifiante » de la dimension ludique d'un objet et comment évoluent les représentations qui y sont liées. La vocation de cet article est d'établir un modèle théorique de la ludicisation des TIC, de sorte à délivrer un cadre pour penser et interroger ces phénomènes de mutation du jeu, qui relèvent à la fois de logiques d'innovation et d'appropriation. Nous montrerons dans ce cadre que les pratiques en ligne rendent ces processus particulièrement manifestes. C'est donc à partir de plusieurs analyses issues de « jeux » en ligne que nous exemplifierons par la suite notre approche. Cela nous permettra de relever les spécificités de ces pratiques dans le cadre des processus de ludicisation.

**« Est-ce un jeu ? », « Ceci est un jeu » :
pour une approche dialectique de la médiation ludique**

Plus que jamais, il apparaît que ce qui peut être désigné comme un jeu relève d'un contexte social et culturel donné. En somme, aucun objet ou système conçu pour le jeu n'est en lui-même et par lui-même ludique. Le jeu n'apparaît qu'au moment où quelqu'un adopte une « attitude ludique » à l'égard de la situation dans laquelle il se trouve. C'est en premier lieu l'adoption de cette attitude qui va permettre au jeu d'advenir : un logiciel tel que *Word* de Microsoft peut être employé comme objet de jeu, tandis qu'un jeu vidéo peut très bien être utilisé dans le cadre d'un entraînement militaire. C'est avant tout par convention socioculturelle que certains objets et systèmes sont qualifiés de « jeux ». De la sorte, pour un enfant en bas âge, une cuillère en bois et une casserole sont susceptibles de correspondre à ses représentations du jeu, alors qu'il ne verra pas de véritable intérêt ludique au simulateur d'automobiles de grand tourisme sur lequel son père passe ses soirées. Ainsi, les systèmes numériques à vocation de jeu doivent-ils convaincre leur destinataire de leur dimension ludique en répondant à certaines représentations de l'activité : le jeu doit par exemple provoquer la joie, être séparé du monde réel, etc. Faire jouer autrui relève donc d'un processus de médiation² effectué à partir d'une structure conçue pour le jeu, afin de faire adopter à l'individu une « attitude ludique ».

Dans ce cadre, comme l'indique Éric Macé dans l'ouvrage collectif *Penser les médiacultures*,

nous devons donc considérer les industries culturelles comme des usines de production, à flots continus, de représentations du monde qui prennent en compte, d'une manière ou d'une autre, la diversité des publics (c'est-à-dire la somme d'individus complexes qu'il s'agit « d'intéresser ») et la diversité des points de vue tels qu'ils apparaissent configurés au sein de la sphère publique, en fonction de la capacité des acteurs à rendre « visibles », leurs définitions des choses et leurs visions du monde. (Macé, 2005 : 55)

Ainsi, peut-on dire que les productions de l'industrie vidéoludique se fondent toutes sur la même prémisse, qui est de faire reconnaître que

2. La notion de médiation peut être définie comme « un phénomène qui permet de comprendre la diffusion de formes langagières ou symboliques, dans l'espace et le temps, pour produire une signification partagée au sein d'une communauté » (Caune, 2000 : 2).

« Ceci est un jeu », pour reprendre une expression de Gregory Bateson. Dans sa théorie du jeu et du fantasme, Bateson (1977 : 214) indique néanmoins qu'il existe une « forme de jeu plus complexe : le jeu bâti non pas sur la prémisse "Ceci est un jeu", mais plutôt sur la question "Est-ce un jeu ?" ». Nous verrons que cette distinction de formes peut dès lors être particulièrement éclairante pour comprendre de quelle façon un dispositif est amené à entrer dans la sphère du jeu.

Il faut pour ce faire tout d'abord préciser le sens que confère Bateson à la notion de jeu. Ce dernier emploie le terme *play* pour désigner un cadre psychologique, un « processus primaire » (une pensée inconsciente) de l'ordre du « non-moi », un phénomène qui n'est possible que

si les organismes qui s'y livrent sont capables d'un certain degré de méta-communication, c'est-à-dire s'ils sont capables d'échanger des signaux véhiculant le message : « ceci est un jeu ». [...] Développé, l'énoncé « ceci est un jeu » donne à peu près ceci : « les actions auxquelles nous nous livrons maintenant ne désignent pas la même chose que désigneraient les actions dont elles sont des *valant pour* ». (Bateson, 1977 : 214)

Cette assertion rejoint le point de vue de Jean-Marie Schaeffer qui définit le jeu comme « compétence intentionnelle complexe » fictionnelle, qui tire profit d'une structuration mentale « précablée », caractérisée par le fait que le joueur « fait comme si » ce qu'il faisait était autre. Il s'agit en somme de désigner ce que nous avons qualifié d'« attitude ludique » du joueur. Bateson relève à ce titre que le jeu est un cadre paradoxal qui n'est pas simplement le fait d'un processus primaire :

La distinction entre « jeu » et « non-jeu », comme la distinction entre « fantasme » et « non-fantasme », est certainement une fonction du processus secondaire, ou du « moi ». [...] le cadre du jeu, tel que nous l'utilisons ici (comme principe explicatif), suppose une combinaison particulière des processus primaires et secondaires. (Bateson, 1977 : 216)

En somme, bien que le jeu – en tant que forme d'attitude mentale fictionnelle – soit un invariant parmi les individus, ce qui permet de reconnaître la pertinence de la situation pour l'adoption de ce cadre psychologique dépend de processus secondaires, du « moi », des représentations mentales de chacun et des associations de sens qui se réfèrent à cette activité. Bateson souligne à ce titre, comme nous l'avions relevé, que le jeu est un fait de communication. L'attitude ludique, en tant qu'ensemble

de procédés interprétatifs invariants, peut alors se porter aussi bien sur des situations socialement reconnues comme adaptées au jeu, tout comme elle peut prendre place dans des moments qui ne sont pas usuellement considérés comme opportuns pour son adoption, mais qui peuvent par la suite le devenir du fait de l'évolution des idées du jeu, à condition selon nous que ceux-ci présentent une certaine jouabilité, soit un potentiel d'adaptation à l'adoption de l'attitude ludique³.

Cette approche rejoint les travaux, plus récents, de Thomas M. Malaby, dont les réflexions ontologiques, alliées à la théorie de Bateson, permettent de poser les fondements de notre modèle théorique des phénomènes de ludicisation. Malaby souligne, comme nous l'avons fait, que les individus peuvent, dans tout contexte particulier, charger les jeux de significations normées. Le défi, avance Malaby, est de repenser ceux-ci en dehors de ces associations ou de divers *a priori*. Selon ce chercheur, la question la plus intéressante à ce sujet est de comprendre en quoi les jeux sont construits socialement pour accomplir ces aspects. L'important pour cet auteur est alors de prendre en compte que les jeux (au sens de *games*) sont processuels, chaque jeu est un processus en devenir perpétuel, qui contient toujours le potentiel de générer de nouvelles pratiques et de nouvelles significations, jusqu'à se modifier lui-même. Les jeux (*games*) seraient donc à considérer comme des représentations culturelles publiques⁴ de l'activité. *Nous proposons dès lors de nommer ludicisation les*

3. En ce sens, une situation « injouable », même si elle est qualifiée de jeu, ne pourra pas se prêter au jeu de l'individu. Pour de plus amples précisions sur ce point et sur le cadre méthodologique mobilisable pour étudier la jouabilité d'une situation, voir Genvo, 2011.

4. Il faut ici préciser ce que l'on entend par le terme de « représentations » : « Toute représentation met en jeu une relation entre au moins trois termes : la représentation elle-même, son contenu, et un utilisateur, trois termes auxquels peut s'ajouter un quatrième : le producteur de la représentation lorsque celui-ci est distinct de l'utilisateur ; il s'agit alors d'une représentation mentale. Un souvenir, une hypothèse, une intention sont des exemples de représentations mentales. L'utilisateur et le producteur d'une représentation mentale ne font qu'un. Une représentation peut aussi exister dans l'environnement de l'utilisateur comme par exemple le texte qui est sous vos yeux ; il s'agit alors d'une représentation publique. Une représentation publique est généralement un moyen de communication entre un producteur et un utilisateur distincts de l'autre. [...] Parmi les représentations communiquées, certaines – une très petite portion – sont communiquées de façon répétée et peuvent même finir par être distribuées

processus de mutation et de contagion ludique, qui consistent à faire entrer un objet dans le monde du « jeu », en soulignant que la définition de cette notion et des objets auxquels elle renvoie est hautement contextuelle et peut être amenée à évoluer. Comme nous allons le voir, ce processus s'ancre dès lors dans une dialectique de questionnement (« est-ce un jeu ? ») et de reconnaissance (« ceci est un jeu ») de l'appartenance d'un phénomène à la sphère du jeu.

Ludification de la culture et ludification du jeu

L'étude de la contagion du jeu à des domaines dont on pensait qu'ils lui étaient étrangers n'est pas récente et a déjà donné lieu à plusieurs publications. On trouve en effet plusieurs pistes à ce sujet dans l'ouvrage de Johan Huizinga (1938). Ce dernier montre notamment comment, depuis le XIX^e siècle, le jeu présente dans certains cas une perméabilité avec le travail et le sérieux, qui sont pourtant traditionnellement tenus comme opposés aux activités ludiques, aujourd'hui encore⁵. Pour Huizinga, cette collusion est notamment due au développement de la compétitivité économique liée à l'industrialisation et au développement de moyens de communication qui encourageaient le développement de certains « éléments purement ludiques » dans le travail. Une réflexion s'inscrivant résolument dans cette perspective a été développée récemment par Joost Raessens (2005). Se référant explicitement à Huizinga, Raessens postule notamment que les technologies numériques semblent stimuler les éléments ludiques de la culture. En somme, ces technologies renforceraient la « ludification » de la culture, selon les termes employés par l'auteur. Du fait de l'apparente proximité de cette notion avec celle de « ludicisation », il nous semble nécessaire de préciser en premier lieu les caractéristiques de ce qui peut être qualifié de ludification, pour mieux définir ensuite les spécificités de notre propre approche.

dans le groupe entier, c'est-à-dire faire l'objet d'une version mentale chez chacun de ses membres. Les représentations qui sont ainsi largement distribuées dans un groupe social et l'habitent de façon durable sont des représentations culturelles. Les représentations culturelles ainsi conçues sont un sous-ensemble aux contours flous de l'ensemble des représentations mentales et publiques qui habitent un groupe social» (Sperber, 1996 : 50).

5. Voir J. Henriot, 1989 : 194.

Bien que Raessens ne définisse pas précisément cette notion, celle-ci a été par la suite utilisée à plusieurs reprises (Perron et Wolf, 2009 ; Perron, 2010 ; Rao, 2008) pour qualifier une « tendance plus générale où le jeu (pas seulement le jeu vidéo, qui en fait partie bien sûr, mais le jeu en général, le ludique) prend une place de plus en plus importante dans la société aujourd'hui » (Picard, 2009). Au regard des réflexions que nous avons menées en introduction, il nous semble toutefois problématique (voire paradoxal) de postuler, comme le fait Huizinga, que certains « éléments purement ludiques » viendraient s'insérer au sein d'activités éparses (par exemple la compétition dans la production industrielle) tout en relevant que la conception même de ce qui est ludique est issue d'un processus sociohistorique, qui vient modifier les acceptions que l'on prête usuellement à ce terme. Nous l'avons vu en présentant l'approche théorique élaborée par Thomas Malaby, considérer les jeux comme des processus en perpétuelle évolution requiert de repenser ceux-ci en dehors des divers *a priori* qui leur sont liés et nécessite de refuser l'immanence des caractéristiques qu'on leur prête traditionnellement. Il s'agit avant tout de comprendre en quoi les jeux sont construits culturellement et socialement pour accomplir ces aspects.

Dans cette perspective, il est aussi important de souligner que le terme de « ludification » a été employé dans un sens très différent de celui qui lui est conféré par Raessens dans le sillage de Huizinga. Dans un article intitulé *Rationalizing Play: a critical theory of digital gaming*, Sara M. Grimes et Andrew Feenberg (2009) construisent un cadre d'analyse critique visant à comprendre comment les pratiques ludiques en viennent à reproduire les processus de rationalisation en cours dans les sociétés capitalistes modernes. Tout en mentionnant le rôle de plus en plus conséquent que revêt le jeu au sein du processus de travail postindustriel, Grimes et Feenberg souhaitent avant tout insister sur la façon dont les jeux eux-mêmes présentent les mêmes caractéristiques de rationalisation que d'autres institutions de contrôle et d'ordre social. Cette « rationalisation » des jeux revient à rendre conjointement proéminents trois types de pratiques qui sont « des caractéristiques fondamentales de tout jeu formel » (au sens de *games*) : l'échange d'équivalences (les joueurs et leurs mouvements sont par exemple standardisés à travers le code du programme) ; la classification et l'application de règles (des règles formelles sont établies par le programme, par les concepteurs, mais aussi par la communauté des

joueurs); l'optimisation de l'effort et le calcul des résultats (dans les jeux de rôle en ligne, le système de « points d'expérience » et de « niveaux de personnage » permet par exemple de calculer et d'optimiser les efforts des joueurs, tout en leur garantissant un certain statut social dans le jeu). Si, pour les auteurs, tous les jeux ne sont pas rationalisés (en somme les trois types de pratiques décrits ci-dessus n'y sont pas simultanément proéminents), Grimes et Feenberg voient néanmoins dans les jeux numériques des candidats particulièrement adéquats pour l'application de leur analyse. Il est important de noter que Grimes et Feenberg ne se réfèrent pas ici à la notion de ludification telle qu'elle est employée par Raessens (aucune mention à cet auteur n'apparaît dans leur texte) et que leur utilisation du terme diffère à de nombreux égards de celle faite par ce dernier.

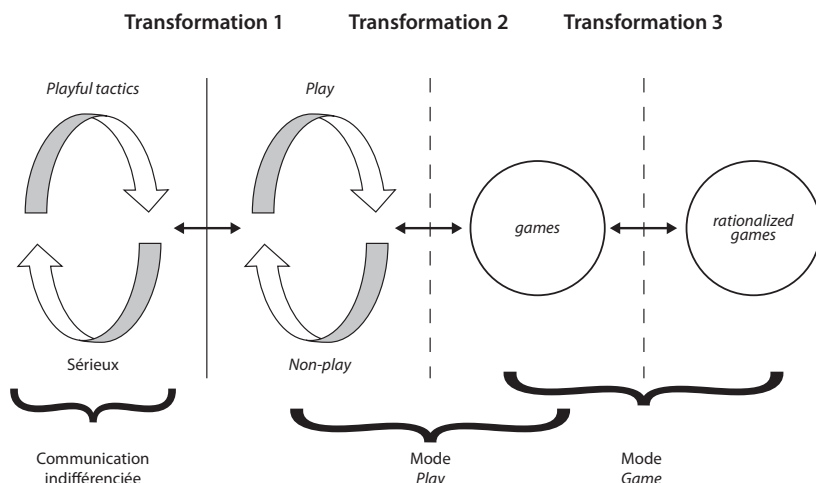
Pour comprendre le sens qu'ils lui accordent, il faut en premier lieu souligner que, pour ces auteurs, la rationalisation du jeu puise dans des ressources qui apparaissent au moment de la transition entre les activités de jeu informel, « libre » (qui renvoie au mot *play* en anglais), et les jeux organisés, formels, réglés (*games*). Grimes et Feenberg se réfèrent notamment dans ce cas à Roger Caillois qui distingue, dans son ouvrage *Les jeux et les hommes*, « deux pôles antagonistes » qui inscrivent cette activité dans une progression « de la turbulence à la règle ».

À une extrémité règne, presque sans partage, un principe commun de divertissement, de turbulence, d'improvisation libre et d'épanouissement insouciant, par où se manifeste une certaine fantaisie incontrôlée qu'on peut désigner sous le nom de *paidia*. À l'extrême opposée, cette exubérance espiègle et primesautière est presque entièrement absorbée, en tout cas disciplinée, par une tendance complémentaire, inverse à quelques égards, mais non à tous, de sa nature anarchique et capricieuse : un besoin croissant de la plier à des conventions arbitraires, impératives et à dessein gênantes [...]. Je nomme *ludus* cette seconde composante. (Caillois, 1958 : 48, 77)

La théorie de la ludification de Grimes et Feenberg repose donc sur cette transformation de la *paidia* au *ludus*. Les jeux rationalisés exacerbent certaines caractéristiques du *ludus* (par exemple l'impériorité des règles). Le « processus de rationalisation » du jeu est schématisé de la façon suivante par les auteurs :

FIGURE 1

**La rationalisation du jeu selon Grimes et Feenberg :
une approche différenciée**



Source : Grimes et Feenberg, 2009 : 110.

Pour définir ce à quoi renvoie le *play* dans ce schéma, les auteurs se réfèrent notamment à la définition de Gregory Bateson. Grimes et Feenberg relèvent que ce cadre, cette activité, désignée par le terme *playful tactics* dans le schéma, peut être adopté à tout moment du quotidien, sans avoir de lieu défini, et « parasitant les autres pratiques de communication de la vie courante, ce qui inclut bien entendu les activités « sérieuses », lesquelles en viennent à n'être définies comme telles que lorsqu'elles sont mises en relation avec le jeu⁶. Une première transformation de cet état est rendue possible lorsque l'individu adopte ce cadre psychologique dans un contexte qui est plus spécifiquement défini comme approprié (ce qui est donc à nouveau éminemment conventionnel), sans qu'il ne soit pour autant question de jouer à un jeu. Il nous semble que le cas de la « récréation » à l'école correspond bien à ce moment où le jeu s'oppose au (et alterne avec le) non-jeu et où les enfants peuvent s'adonner au jeu sans pour autant nécessairement jouer à un jeu. La deuxième transformation traduit justement ce passage où l'individu joue en adoptant

6. Dans cette citation nous avons traduit par le terme de jeu celui de « *playfulness* » utilisé par les auteurs, qui ne trouve pas d'équivalent français (Grimes et Feenberg, 2009 : 110).

certaines règles et critères formalisés par « un jeu », en ayant sciemment conscience d'adopter ces règles. On pourrait préciser cette distinction en considérant la différence entre une petite fille jouant à la poupée et la même petite fille jouant à un jeu avec sa poupée. Grimes et Feenberg relèvent que ce passage est ce à quoi renvoie la transformation du *paidia* au *ludus* décrite par Roger Caillois.

La troisième transformation présentée dans le schéma correspond plus particulièrement à la théorie de la ludification. « Tandis que les jeux deviennent rationalisés, les caractéristiques rationnelles fondamentales à tous jeux formels assument une prééminence sans précédent » (Grimes et Feenberg, 2009 : 109). Dans cette optique, il nous semble que parler de ludification du jeu n'apparaît pas comme une tautologie. Grimes et Feenberg précisent cependant que malgré le haut niveau de rationalisation permis par la marchandisation et la médiation technique, quelques résultats imprévisibles restent possibles et souhaités, mais que ces pratiques resteraient toutefois contraintes par la structure de jeu, qui limiterait grandement les opportunités de liberté imaginative. Comme on peut le constater, l'acception du terme de ludification diffère radicalement selon que l'on se place dans la perspective de Raessens ou celle de Grimes et Feenberg. Pour Raessens, la ludification renvoie à l'extension d'éléments purement ludiques (*play element*) dans la culture en générale (on peut parler à ce propos de ludification de la culture), tandis que pour Grimes et Feenberg, il s'agit de voir dans les jeux (*games*) actuels la reproduction de processus déjà à l'œuvre dans les sociétés capitalistes modernes, ce qui se traduit par l'exacerbation de certaines caractéristiques qui leur seraient inhérentes, bien que minorées à d'autres moments de l'Histoire (on peut alors davantage parler de ludification du jeu).

Ludification et ludicisation

Nous avons déjà souligné en quoi l'approche de Joost Raessens pouvait être problématique dans le cadre de notre propre approche, mais il nous semble également nécessaire de prendre une certaine distance avec la « théorie de la ludification » du jeu. La théorie développée par Grimes et Feenberg est avant tout consacrée à l'étude de jeux déjà identifiés comme tels qui, en devenant « rationalisés », exacerbent certaines caractéristiques que l'on confère aux jeux : la frontière entre vie courante et sphères du jeu,

impériorité des règles, etc. La théorie de la ludification du jeu se concentre avant tout sur la dernière étape de transformation identifiée dans le schéma en Figure 1. Pour reprendre la référence aux réflexions de Bateson, cette théorie analyse les objets qui se fondent par avance sur la prémisse « ceci est un jeu » et qui affirment celle-ci à travers des caractéristiques qui sont habituellement considérées comme inhérentes aux phénomènes ludiques (au sens de *ludus*). Mais comme nous l'avons vu, la question du jeu se pose à présent de façon récurrente sur des « objets » numériques qui n'étaient pas identifiés comme étant conçus pour servir « d'outils de jeu », et à l'inverse, certains jeux interrogent leur statut parce qu'ils ne revêtent pas les caractéristiques usuelles de l'activité (ce qui peut d'ailleurs amener à faire évoluer les représentations liées à celles-ci). Pour reprendre le cadre théorique formulé par Grimes et Feenberg, notre pôle d'attention se situerait tout d'abord au niveau du passage de la première transformation du jeu, où des moments de réalité ordinaire sont « parasités » par des instants d'adoption d'attitude ludique, et où le statut, de ce qui appartient ou non au jeu est mis en question. Il se situerait également au niveau de la seconde transformation, mais non dans le sens d'une progression du *play* vers le *game*, mais bien dans le sens inverse, où une structure inhabituelle se présente comme un jeu, en incitant à redéfinir les connotations liées à l'activité; un cas emblématique de ce genre de jeu est par exemple *Passage* de Jason Rohrer⁷. Notre théorie consiste donc avant tout à comprendre de quelles façons s'articulent le moment où la question « est-ce un jeu ? » se pose et celle où l'affirmation « ceci est un jeu » vient à l'idée de l'individu. Mais pour adopter ce positionnement, il nous semble nécessaire d'aller encore plus loin dans la prise de distance avec la théorie de la ludification telle qu'elle est élaborée par Grimes et Feenberg.

En effet, ceux-ci montrent bien que la définition de ce qui est reconnu comme relevant ou non du jeu (*play*) est contextuelle (suivant en cela les théories de Bateson), mais ils affirment toutefois à plusieurs reprises que certaines caractéristiques des jeux sont inhérentes, ce qui semble contradictoire. Pour ces auteurs, les jeux rationalisés seraient par exemple des jeux qui affirment de façon proéminente la séparation entre ce qui

7. Voir notamment sur ce point les commentaires qui ont accompagné l'article de Nick Monfort, « PvP : *Portal* versus *Passage* », février 2008, <<http://grandtextauto.org>>.

appartient au jeu et les thématiques qui lui seraient extérieures, cela du fait entre autres de la rigidité de leur règle, instaurée par le dispositif technique qui leur donne forme. Telle qu'elle est présentée, la théorie de la ludification du jeu réaffirme finalement le « modèle canonique du jeu » (Schmoll, 2010), qui a été formulé par Roger Caillois (auquel se réfèrent Grimes et Feenberg). Pour ce dernier, le jeu est notamment une activité *séparée*, « circonscrite dans des limites d'espace et de temps précises et fixées à l'avance », mais aussi *réglée*, « soumise à des conventions qui suspendent les lois ordinaires et qui instaurent momentanément une législation nouvelle, qui seule compte » (Caillois, 1958 : 43). Grimes et Feenberg prennent notamment pour modèle du jeu rationalisé *World of Warcraft* où,

à travers une combinaison de graphismes riches, de son architecture sonore, et spatiale, *WoW* fournit aux joueurs un « monde » de jeu extrêmement détaillé et cohérent. [...] L'espace de jeu et l'environnement artificiel ne sont pas seulement de plus en plus prédéterminés, mais aussi de plus en plus immersifs, construisant un espace de jeu distinctement délimité, les frontières étant renforcées par la logique interne du jeu. (Grimes et Feenberg, 2009 : 109)

De façon paradoxale vis-à-vis de la théorie de la ludification du jeu, *WoW* est aussi certainement l'un des jeux les plus pris en exemple pour montrer l'éclatement du modèle canonique du jeu, venant réinterroger la définition même que l'on prête usuellement au terme, où il apparaît notamment que la délimitation des frontières entre jeu et vie quotidienne est particulièrement floue, comme le montre notamment Patrick Schmoll :

Cette implication importante des joueurs et de la porosité des frontières entre le jeu et la réalité posent un problème intéressant aux sciences sociales au moment où celles-ci commencent à se pencher (sérieusement pourrait-on dire) sur les jeux, c'est leur objet même, dans sa forme canonique, qui semble remis en question par ces formes nouvelles. (Schmoll, 2010 : 29-30)

Dans le but de comprendre les phénomènes de contagion et de mutation du jeu, il est donc essentiel de ne pas tenir pour immanentes les caractéristiques et la dimension ludique d'un objet, mais au contraire de les questionner pour décrire comment celles-ci ont été construites et comment elles évoluent. À ce titre, comme le laisse augurer l'exemple de *WoW*, les pratiques en ligne constituent en effet un terrain d'observation privilégié pour mettre à jour et décrire ces processus de ludicisation.

Deux études de cas

Facebook

Comme nous l'avons relevé, le jeu sur support informatique ne peut plus se résumer aujourd'hui aux productions identifiées comme étant issues de l'industrie vidéoludique. Si bien que la question « est-ce un jeu ? » se pose à présent de façon récurrente au sujet d'« objets » numériques qui n'étaient pas identifiés comme étant conçus, fabriqués et vendus pour servir « d'outils de jeu ». Cette question se pose notamment aujourd'hui sur les sites de réseaux sociaux tels que Facebook. Ne serait-il pas plus adapté, pour définir ce site, de parler d'un jeu ? C'est en tout cas ce qu'avance une journaliste du *Guardian* (15 nov. 2007), qui prétend que « Facebook est un jeu. Un jeu très social. Bien sûr, il n'y a pas de vraie fin [...] mais les buts sont de gagner des amis et d'influencer les gens. » Le fait de présenter ce site dans son ensemble comme un jeu n'a d'ailleurs pas manqué de faire réagir certains internautes à travers quelques commentaires refusant de faire cette équivalence. Cela pose la question des critères qui permettraient de faire entrer ou sortir une situation de ce cadre, l'acceptation de Facebook comme un jeu pouvant par ailleurs faire évoluer les représentations, tout comme les modalités d'engagement des utilisateurs au sein de ce site. Il est intéressant de noter en retour que certaines applications présentées comme des jeux sur ce support (« ceci est un jeu ») questionnent également leur appartenance effective à la sphère du ludique. Une étude menée par Valentina Rao en 2008 sur les dimensions ludiques des applications de Facebook montre notamment qu'au sein de Facebook, beaucoup d'applications catégorisées comme des jeux (rubrique « *games* » du site) ne nécessitent qu'une action minimale de l'utilisateur (parfois un clic suffit), n'engageant que peu de tâches à accomplir, avec un résultat qui peut être facilement prédictible, ce qui remet en cause notamment l'une des caractéristiques conférées par Roger Caillois au jeu qui devrait nécessairement être « incertain ». Concernant la possibilité d'adopter une posture fictionnelle relative à l'activité (où comme nous l'avons vu il s'agit de « faire comme si »), Valentina Rao mentionne que le caractère fictionnel est généralement peu développé. Il est davantage « une extension ou une fictionalisation des activités et *persona*⁸ quotidiennes, trop brèves dans le temps

8. Il s'agit à l'origine d'un terme latin employé pour désigner le masque que portaient les acteurs de théâtre. Il a notamment ensuite été employé par Carl Gustav Jung en psychanalyse pour désigner le masque social que revêt chaque individu.

et faibles en envergure pour entrer dans une dimension proprement fictionnelle, “narrative”, avec une référence constante à des éléments non fictionnels, d’une façon ironique » (Rao, 2008 : 9). Et comme le constate la chercheuse, même dans le cadre de certains jeux plus développés ou plus usuels (jeux de cartes, etc.), les actions du joueur sont toujours mises en contexte dans le cadre plus large du réseau social, avec des encouragements à la comparaison des points, par exemple. Rao relève que cela instaure une « glamorisation » des échanges, où les industriels dissimulent la véritable nature d’un espace de consommation sous le couvert de significations fictionnelles. Il s’agit, notamment dans le cas de Facebook, de faire oublier les intérêts commerciaux sous-jacents, comme le montrent entre autres de nombreux débats relatifs à ce site au sujet de la diffusion des données personnelles à des fins mercantiles. Ces différents éléments l’amènent à conclure que de nombreuses applications « ressemblent à des jeux, ont des airs de jeux, mais ne sont pas des jeux » (Rao, 2008). Le processus fictionnel est trop fractionné pour faire véritablement sens en lui-même, les utilisateurs sont incités par ces procédés à participer à un processus d’ensemble orienté vers la construction identitaire *via* ce site, la socialisation étant mise en scène par des moments de jeu parcellaires.

Néanmoins, plutôt que de porter un jugement définitif sur l’appartenance (ou la non-appartenance) de chacune de ces applications à la sphère du jeu, il nous semble plutôt nécessaire de retenir de cette analyse qu’une certaine perméabilité s’instaure sans cesse entre ces applications et le réseau social dans son ensemble et que, du fait de cette perméabilité, une logique de médiation ludique ne relève pas uniquement d’un certain type d’applications (même si l’étiquette « jeu » n’apparaît pas à tout moment), mais s’effectue de façon plus diffuse. L’une des stratégies de réussite dans plusieurs jeux peut être, par exemple, de créer de « faux amis » sur le réseau social, pour les ajouter comme compagnons ou adversaires au sein des applications de jeu. Cette logique de médiation ludique diffuse explique selon nous certains questionnements quant à l’équivalence effectuée entre le site dans son ensemble et son appartenance à la sphère du jeu (« est-ce un jeu ? »). Facebook revêt à ce titre certaines apparences pouvant l’affilier à un jeu (ne serait-ce qu’à travers certaines de ses applications), tout en remettant en cause de nombreux critères qui pouvaient usuellement servir à catégoriser certains objets comme des jeux : la distinction avec le « sérieux », la séparation entre le jeu et les activités quotidiennes (professionnelles notamment), etc.

World of Warcraft

Sur ces derniers points, *WoW* constitue, comme nous l'avons vu, un cas emblématique de l'évolution des significations du jeu dans nos sociétés modernes. Ce logiciel interroge à plusieurs égards l'acception commune de ce que peut vouloir dire jouer, ce qui transparaît aussi bien dans les travaux académiques que dans la réception qui peut en être faite, comme le montre, par exemple, un article du journal *Newsweek* (18 sept. 2006) intitulé « *World of Warcraft. Is it a game?* » Le journaliste se demande justement s'il ne s'agit pas davantage d'un prototype de réalité virtuelle, de « monde synthétique » susceptible de servir, entre autres, d'outil de socialisation professionnelle. De la sorte, des activités qui étaient tenues comme antinomiques au jeu sont entrées dans un processus de ludicisation (en étant rattachées à un produit vendu comme outil de jeu), ce qui amène plusieurs questionnements sur l'appartenance effective de *WoW* au domaine. Ces différents aspects ne sont en effet pas encore considérés comme des « allant de soi » du jeu au sein des multiples cultures dans lesquelles ce produit est diffusé. Ces interrogations transparaissent aussi bien dans le regard que la société globale porte sur ce genre de jeu qu'au travers des pratiques mêmes des joueurs, qui redéfinissent continuellement le sens de leur pratique, comme nous avons pu le constater au cours d'une « participation observante » menée au sein de ce jeu, de février 2005 (date de parution de *WoW*) à juin 2006, à partir d'un cadre d'analyse ethnométhodologique. Les joueurs ne cessent en effet d'ajouter aux règles formelles relevant du système de jeu de nouvelles règles qu'il faut partager pour faire sens commun et finalement jouer ensemble, ce qui concourt, comme nous allons le voir, à l'évolution de ce jeu et des représentations qui peuvent y être liées.

Ces règles sont plus ou moins implicites et leur connaissance permet bien souvent aux joueurs d'identifier différentes cultures de jeu, par exemple entre le néophyte et l'expert des jeux en ligne, tout en s'assurant qu'autrui partage bien la même conception de ce qui est ludique. Comme nous l'avons relevé, pour qu'une attitude ludique puisse être adoptée, il est nécessaire que la structure sur laquelle se porte l'attention du joueur soit considérée comme pertinente selon les représentations que se fait l'individu du jeu (faire jouer autrui à un jeu est un fait de communication). Si un joueur propose l'adoption d'une structure de jeu qui n'est pas reconnue

par autrui comme jouable, ce dernier ne l'actualisera pas sur le mode de l'attitude ludique, ce qui peut éventuellement être source de dissension entre les joueurs. Ces frictions résultant des actions des joueurs – qui sont donc source d'instabilité et qui remettent en cause la jouabilité du logiciel – sont l'objet d'une attention soutenue de la part des développeurs, qui essayent également d'y remédier au fur et à mesure des mises à jour de contenu, pour construire la stabilité du monde de jeu. L'un des cas les plus significatifs dans *WoW* est celui du système de récupération des objets rares en groupe. Lorsqu'un artefact particulièrement prestigieux apparaît sur le corps d'un ennemi, l'interface indique à tous les membres de l'équipe la présence de cet objet et demande qui souhaite parier pour son acquisition. Les joueurs s'imposent fréquemment une règle concernant la récupération de ces objets, qui est celle de ne parier qu'à la condition de pouvoir trouver une utilité dans l'acquisition de cet objet. Si, par exemple, un mage parie et remporte une épée qu'il ne peut utiliser, alors qu'un guerrier recherche cette épée depuis plusieurs semaines, celui-ci aura enfreint cette règle. La raison pour laquelle un joueur peut être intéressé par un objet qui ne lui est pas directement utile est que des objets prestigieux peuvent très souvent être revendus à bon prix. Dans le cas où l'objet ne présente d'utilité pour aucun membre du groupe, tous sont autorisés à parier. Cette règle faisait fréquemment l'objet de conflits au sein des groupes (en ce qu'elle n'était pas connue, ou feinte d'être ignorée, par certains), d'autant plus qu'elle n'était pas systématiquement explicitée par les membres et qu'elle ne dépendait pas du *game design*. Blizzard modifia alors l'interface, afin de donner aux joueurs deux possibilités de parier, l'une intitulée *greed* (que l'on pourrait traduire par avidité) et l'autre *need*⁹ (ou nécessité). Lorsqu'un objet prestigieux se présente, le joueur peut cliquer sur *greed*; il parie, mais indique que l'artefact ne lui sera pas directement utile pour équiper son avatar. Si un autre joueur clique sur *need*, l'objet lui reviendra, la nécessité étant prioritaire sur l'avidité. Il est possible que plusieurs joueurs cliquent sur *need* et, dans ce cas, un tirage au sort est effectué par le programme. Ce mécanisme permet d'explicitier au sein du *game design* une règle qui était implicitement partagée par certains joueurs. L'explicitation de cette règle à travers le *game design* permet de nourrir avec plus de facilité un certain modèle interprétatif du comportement

9. Ces termes proviennent de la version anglaise du jeu.

ludique d'autrui, qui est lui aussi supposé connaître cette règle du fait de sa présence au sein du *game design*. De fait, alors qu'on posait originellement la question « est-ce que cela relève du jeu ? », une nouvelle conception du jeu s'impose à des utilisateurs : « ceci relève du jeu ». Et dans ce cadre, le processus de *design* apparaît comme un « travail dynamique de conception prenant d'ailleurs appui sur l'évaluation de la performance des premiers utilisateurs pour modifier au fur et à mesure les prototypes d'objets » (Proulx, 2002 : 30), à la différence que ce travail est perpétuel dans ce genre de jeu en ligne, ce qui rend les processus de transformation du jeu particulièrement manifestes.

La valeur paradigmatique des usages en ligne pour les processus de ludicisation n'est, selon nous, pas anodine. Le *design* du jeu en ligne relève d'un processus où l'on attend de ses utilisateurs qu'ils « rendent visible » leur conception du jeu (pour faire à nouveau référence aux termes d'Éric Macé), tout en consacrant pleinement l'époque du « jeu à l'échelle planétaire » (Schaeffer, 1999), du fait que les jeux en ligne font partie de ces phénomènes qui impliquent de façon quotidienne des rapports entre de multiples cultures. Comme le montre entre autres *WoW*, ces médiations génèrent à la fois une confrontation de diverses conceptions de l'activité, mais aussi leur nécessaire transformation réciproque, pour que la construction d'un sens commun puisse avoir lieu. À un niveau global, le « modèle canonique » du jeu, tel qu'il a été conceptualisé par plusieurs penseurs occidentaux (notamment Huizinga et Caillois), s'en trouve nécessairement remis en cause et transformé, le jeu se diffusant au sein de réalités qui étaient jusqu'alors étrangères à la sphère ludique, ce que montrent notamment les réseaux sociaux tels que Facebook. Les études de cas que nous avons présentées montrent à ce titre que pour comprendre ces processus de ludicisation, il est nécessaire de décrire de quelle façon les objets qui relèvent de ces processus peuvent s'inscrire dans des dimensions que l'on confère usuellement à l'activité ludique (ce qui permet d'indiquer que « ceci est un jeu »), mais il ne faut pas en exclure pour autant la possibilité de trouver dans ces mêmes objets d'autres caractéristiques qui semblent aller à l'encontre de « canons » établis du jeu (« est-ce un jeu ? »). Ce dernier aspect peut en effet amener le terme de *jeu* à s'appliquer à des réalités à propos desquelles son emploi, récemment encore, eût paru déplacé, voire absurde, comme le souligne Jacques Henriot.

* * *

Pour conclure, il nous semble important de mentionner que l'étude des phénomènes de ludicisation ne doit pas uniquement se limiter aux phénomènes récents de transformation du jeu. En effet, si l'on considère que le jeu est un processus en mutation perpétuelle, il est alors nécessaire de poser aussi un regard rétrospectif sur les objets dont la dimension ludique semble à présent aller de soi, mais dont l'itinéraire d'acceptation en tant qu'« outils de jeu » reste à restituer. Depuis leur apparition et jusqu'à aujourd'hui, l'interrogation « est-ce un jeu ? » s'est par exemple posée régulièrement à l'égard des « jeux vidéo » en général, à l'inverse d'autres pratiques ludiques plus ancrées dans la culture et la tradition des peuples, où cette dimension est considérée comme un « allant de soi ». C'est notamment ce que tend à montrer une étude menée par Sheila C. Murphy (2009) dans un article intitulé « *This is intelligent television* ». La chercheuse relève notamment que les premiers constructeurs de consoles de salon devaient faire face à une certaine perception du public vis-à-vis de la télévision (à laquelle devaient être raccordées ces machines), qui était considérée comme un objet que l'on regardait et avec lequel on n'était pas censé jouer. Dans ce cadre, « ce changement consistant à voir la télévision comme un périphérique de consommation jouable est crucial¹⁰ ». Comme nous l'avons déjà relevé, par ailleurs (Genvo, 2009), il n'est selon nous pas anodin que ce soit en grande partie sur des thématiques de jeux de sports que le jeu vidéo a connu son essor économique, que l'on pense notamment au succès de *Pong*, qui fit suite pour Atari à l'échec commercial de *Computer Space*. La thématique et le dispositif technique mis en place par ce dernier s'adaptaient mal à son contexte de réception, les bars et salles de jeu, le public de l'époque étant de même peu enclin à considérer ce genre de technologie sous un angle ludique. La dénomination et le sujet de *Pong* permettaient en revanche d'ancrer directement le dispositif dans une tradition ludique largement répandue auprès du public cible. Un parallèle peut par ailleurs ici être fait avec les thématiques des jeux employés par Nintendo pour imposer sa console Wii auprès d'un public néophyte en matière de jeux vidéo (*Wii Sport* est le cas le plus évident). Ce type d'interrogation invite dès lors à développer une approche sociohistorique du jeu numérique, ce

10. NT.

qui permettra, comme le montre l'exemple de Facebook, de mieux cerner les rôles du jeu dans nos sociétés de la communication et les raisons pour lesquelles les technologies numériques sont à présent de plus en plus fréquemment mises en scène de façon ludique.