

**BATTLEFORGE :
JEU DE STRATEGIE ET/OU MIMESIS D'UNE SOCIETE
CAPITALISTE ?**
Eléments pour une ethnographie des univers virtuels

LAURENT TREMEL

Docteur en sociologie de l'EHESS

Chargé de conservation et de recherche au Musée national de l'Education (CNDP, Rouen)

laurent.tremel@inrp.fr

RESUME

Battleforge, jeu de stratégie en ligne, plonge ses participants dans un univers de compétition et d'échanges aux dimensions marchandes. Dans cet article, sur la base d'une observation participante, l'auteur analyse les logiques sociales auxquelles sont confrontées les joueurs en tentant de comprendre le sens que ceux-ci accordent à leur participation au jeu. Pour autant, il ne perd pas de vue que les protagonistes ont aussi une existence dans la « vraie vie » et tente de cerner les implications anthropologiques de ces « univers virtuels ». Enfin, il interroge la place du savant dans le cadre d'études de dispositifs de ce type.

Voilà plusieurs années, et ce d'une manière pionnière en France, que nous nous intéressons à la structuration des « univers virtuels » et des logiques sociales qu'ils sous-tendent. Cette démarche, essentiellement empirique, suppose à la fois une bonne connaissance des corpus des jeux vidéo, dont la production structure aujourd'hui en bonne partie ces « mondes » dans lesquels se projettent nos contemporains (notamment les jeunes), et des pratiques des joueurs.

On peut en ce sens se référer à deux publications fondatrices de notre approche.

La première (Trémel, 1998)¹, se proposait de prendre au sérieux les scénarios d'une série de jeux vidéo interactifs produits au milieu des années 1990 – *Wing Commander* : simulation de combats spatiaux où les protagonistes étaient amenés à détruire une civilisation extra-terrestre belliqueuse. Nous mettions là en évidence le fait que le joueur était confronté à des entités virtuelles (les personnages du scénario) dans un cadre où les actions des avatars, les échanges structurant l'histoire étaient porteurs de références idéologiques, philosophiques, historiques,

¹ « Voyage dans un monde virtuel : you're the Wing commander », éléments d'une communication présentée lors du Colloque International sur le Jouet, organisé par l'International Toy Research Association (ITRA), Angoulême, 9-14 novembre 1997, repris dans Trémel (1998).

sociologiques prenant sens en parallèle à l'existence quotidienne du jeune dans la « vraie vie ».

La seconde publication (Trémel, 2001b), visait à souligner le caractère composite de l'ensemble « jeux vidéo », regroupant en fait des produits au contenu bien différent, destinés à des publics différenciés en fonction des caractéristiques socioculturelles de référence (âge, sexe, niveau d'étude, milieu socio-culturel d'origine).

Ces éléments furent rappelés dans un article aux visées critiques (Trémel, 2003), s'interrogeant sur l'aspect discutable de certains travaux produits alors sur le « champ » des jeux vidéo et concluant par un rappel à propos de l'intérêt d'une *ethnographie des mondes virtuels*.

Depuis lors, nos recherches furent davantage centrées sur l'étude des discours, de plus en plus prégnants, de légitimation des jeux vidéo au sein de nos sociétés. Notamment promus par les producteurs de ces jeux afin de contrer une critique sociale stigmatisant ces loisirs pour diverses raisons (médicales, sociales, idéologiques, etc.)², ces discours peuvent aussi donner lieu à des formes d'instrumentalisation de scientifiques, participant, volontairement³ ou non, au processus.

Cet article fait suite à une communication présentée dans le cadre de la journée d'étude « Réalité des espaces virtuels », organisée par l'équipe Réseaux Savoirs et Territoires et l'EHESS⁴. S'inspirant des travaux mentionnés en préambule il vise à mettre en avant l'importance, sur le plan méthodologique, qu'il y a à réaliser à propos des jeux vidéo et des univers en ligne des études de contenu, des études monographiques.

Préalables

Tout comme un roman ou un film, chaque jeu vidéo développe un scénario qui lui est propre, et, en l'occurrence, des logiques de jeu qui lui sont propres. On ne saurait se satisfaire ici d'approches globalisantes assimilant le contenu d'un jeu à un autre sous prétexte qu'ils portent la même dénomination commerciale. De même qu'en ethnographie une tribu d'Amazonie n'est pas comparable à une autre, ou encore qu'une « cité » de la banlieue parisienne ne ressemblera pas aux quartiers nord de Marseille, chaque univers virtuel généré par un jeu vidéo développe une spécificité.

Soulignons que l'exploration de ces mondes nécessite du temps. On ne peut guère aujourd'hui analyser un jeu de rôles vidéo ou un jeu en ligne en y ayant passé moins de cent heures... Dans une perspective sociologique, la bonne connaissance de ces univers est également nécessaire pour entamer, lors d'enquêtes pouvant faire suite à l'étude de corpus, le dialogue avec des joueurs qui, sinon, se rendront rapidement compte que leur interlocuteur est incompetent. A la manière d'un ethnographe qui, autrefois, arpentait de lointaines contrées, muni de son carnet de notes, le chercheur doit donc, à notre sens, se donner la peine

² On peut se reporter sur ce point à Trémel, Fortin (2009).

³ On remarque ainsi sur ce champ la présence significative de jeunes chercheurs technophiles, souvent joueurs de jeux vidéo par ailleurs, engagés dans un processus de *justification* de la pratique de ces jeux (passant souvent par la mise en avant de finalités utilitaristes, « pédagogiques » notamment, qu'ils croient déceler dans tel ou tel jeu), nuisant à la distanciation critique.

⁴ Jeudi 10 Juin 2010, EHESS.

d'explorer aujourd'hui, par lui même, ces univers virtuels s'il veut comprendre les faits sociaux qui s'y rapportent. Il convient d'évoquer là les biais résultant du fait que certains universitaires font, systématiquement, appel à des étudiants, en général joueurs, pour se livrer à ces études de *terrain*, se contentant par la suite d'appliquer un discours théorique – sans doute jugé plus noble – tentant d'expliquer les réalités observées par d'autres.

Se pose dès lors la question de l'intérêt et de l'implication personnelle du chercheur dans cette démarche. Bon nombre de jeux vidéo présentant des aspects idéologiquement contestables (sexisme, militarisme, apologie du sport spectacle et de formes de compétition exacerbées, ethnocentrisme, etc.), ou encore pouvant être qualifiés dans une perspective bourdieusienne, à l'instar d'autres « arts moyens » (Bourdieu, 1965), comme relevant du *mauvais goût*, la tâche n'apparaît-elle pas rebutante pour un universitaire, se revendiquant généralement de goûts et de pratiques culturelles plus *légitimes* ?

Ce n'est sans doute pas un hasard, on constate, outre les biais mentionnés précédemment, que les travaux menés sur les jeux vidéo ont tendance, d'une part, à ne porter que sur les jeux pratiqués sur ordinateur PC⁵, d'autre part à ne s'intéresser qu'à des produits disons les plus « visibles » du moment, du point de vue de l'universitaire. Aujourd'hui, les quelques études monographiques spécifiquement consacrées à des jeux vidéo concernent principalement le jeu en ligne *World of Warcraft*⁶, très pratiqué par les étudiants et les jeunes adultes (et dont on parle donc volontiers en fac), sorte de vitrine de la production vidéoludique, des produits aux possibles dimensions « pédagogiques » tels que *Sim City*⁷, *Les Sims*⁸, des jeux dont le contenu politique interroge le savant – *Civilization*⁹ ou *Tropico*¹⁰ par exemple – ou encore des produits non commerciaux, peu représentatifs de la production, au sein desquels des universitaires, là encore technophiles, vont tenter de débusquer des logiques autres que celles des jeux « commerciaux » pour mieux mettre en valeur les possibilités qui seraient aujourd'hui offertes par les ludiciels¹¹. Tout un pan de la production, notamment des jeux d'action et de sport pratiqués sur consoles, destinés à des enfants et des adolescents, échappent donc à l'investigation scientifique.

Les éléments qui vont suivre résultent de notre pratique personnelle du jeu *Battleforge* (Electronic Arts), régulière d'avril 2009 (moment de la sortie du jeu) à juillet 2010 (où l'on a pu constater une certaine désaffection pour le produit, plusieurs joueurs ayant cessé d'y jouer dans l'attente de la sortie d'une « extension » au jeu se faisant attendre), et de notes prises durant les phases de jeu, ou résultant de la consultation de forums de discussion en ligne. Ce faisant, nous n'évitons pas le premier écueil mentionné : il s'agit là d'un jeu pour PC... Toutefois, le produit est beaucoup plus « banal » que ceux évoqués dans le paragraphe précédent et n'a pas fait l'objet d'autres travaux à ce jour, du moins à notre connaissance. Notons également que l'approche ne prétend pas rendre compte de manière exhaustive de

⁵ Or, la part des jeux vidéo sur PC est minime (environ 15%) par rapport à celle des jeux sur consoles (60% pour les consoles de salon, 25% pour les consoles portables). Pour plus de précision sur ce point, voir Trémel et Fortin, 2009, pp. 22-23.

⁶ Citons par exemple les travaux de Nicholas Yee, qui fut parmi les premiers à s'intéresser à ce jeu, dès 2006, avant qu'il ne devienne vraiment « à la mode » de l'étudier...

⁷ On peut se reporter aux travaux de Ter Minassian et Rufat (2008), et à l'analyse des biais qu'ils véhiculent : voir Trémel, 2010, pp. 349-350.

⁸ Citons par exemple l'émission *Phenomania*, consacrée aux Sims, où plusieurs universitaires avaient analysé assez complaisamment ce jeu comme étant un « phénomène de société » (*France 5*, 27 mai 2005).

⁹ Voir par exemple les travaux de Fortin et Trémel (2006).

¹⁰ Voir les travaux de Shoshana Magnet (2006).

¹¹ Voir notamment les travaux de Manuel Boutet (2010) sur le jeu en ligne *Mountyhall*.

cette expérience. En comparaison d'autres travaux menés antérieurement sur d'autres jeux, il convient enfin, à titre de préalable, de souligner l'importance des interactions survenant là avec les autres joueurs, dans le cadre des parties via les possibilités de *chat* (l'adversaire peut être un humain avec une psychologie qui lui est propre, entraînant des conséquences en termes de stratégies : le bluff, l'intimidation notamment, impossibles contre une machine).

Une perspective agonistique biaisée

Battleforge, jeu vidéo de stratégie en ligne, reposant sur un univers médiéval fantastique, édité par la firme Electronic Arts pourrait être de prime abord qualifié de jeu *agonistique* au sens défini par Caillois (1958). Au travers d'un système de classement très hiérarchisé, il propose des matchs contre un « environnement », hostile, où il s'agit de combattre diverses créatures générées et gérées par le serveur (mode PVE : *player vs Environment*) et des matchs contre des joueurs réels (mode PVP : *player vs player*) débouchant sur un classement Elo¹². Les deux modes de jeu sont liés : le PVE permet notamment d'acquérir de l'or et des améliorations de cartes à jouer (*upgrades*) rendant les armées pouvant être mobilisées par les joueurs plus puissantes.

Toutefois, le rapport à l'*agôn* est ici biaisé par des paramètres d'ordre économique. En effet, si le jeu se présente comme « gratuit » (*free2play*), il repose en fait sur la possession de cartes – virtuelles – octroyant aux armées que vont constituer les joueurs des capacités de combat inégales. Comme auparavant dans le jeu de cartes (imprimées) à collectionner *Magic*, ayant eu un grand succès dans les années 1990, la stratégie consiste ici à construire un *deck* (jeu) performant, composé d'une vingtaine de cartes, permettant de contrer son adversaire dans les diverses situations pouvant survenir en cours de partie.

Ainsi, par exemple, si votre adversaire a créé une armée de fantassins, il sera opportun de mettre en jeu une « unité volante » (dragon, elfe céleste) que les fantassins ne pourront pas atteindre, qui pourra les décimer à distance. Pour riposter, l'adversaire devra sortir à son tour de son *deck* une unité volante, ou utiliser un sort (« empoisonnement », « vague gravitationnelle » permettant de clouer une unité volante au sol). C'est ce qui fait l'intérêt du jeu : les joueurs doivent là développer de réelles compétences stratégiques (*skills*¹³),

¹² Principe découlant des classements aux Echecs et au Go, extrait de l'encyclopédie en ligne Wikipédia : « *Le classement Elo est un système d'évaluation du niveau de capacités relatif d'un joueur d'échecs ou de jeu de go, ou d'autres jeux à deux joueurs. Plus généralement, il peut servir à comparer deux joueurs d'une partie, et est utilisé par de nombreux jeux en ligne.* », voir : http://fr.wikipedia.org/wiki/Classement_Elo

¹³ Des joueurs expérimentés décident ainsi parfois de constituer des *decks* uniquement composés de cartes « communes » *upgradées*, jouant là sur des combinaisons d'unités et de sorts éprouvées. Lorsqu'ils battent des joueurs possédant des *decks* plus coûteux, ils s'expriment en général de manière ironique via le chat en mettant en avant l'absence de « skills » de l'adversaire et en l'humiliant (ex. : « *thanks for tokens noob without skills ! lol* »). Toutefois, avec la sortie des nouvelles éditions, mais aussi parfois l'action des développeurs visant à réduire la puissance (« *nerf* ») de certaines cartes communes, les possibilités d'être « performant » tout en utilisant des cartes peu coûteuses se réduisent, du moins lorsque l'on vise en pvp des niveaux supérieurs à 16. Notons en ce sens la controverse apparue à l'automne 2009 à propos du « Nomad rush ». Dans la nouvelle édition « Renégat », une carte commune, le Nomade, s'avère particulièrement puissante si elle est bien utilisée. Elle permet une stratégie dite de « rush » visant à éliminer l'adversaire en quelques minutes. Les développeurs proposent de réduire la puissance de la carte, une consultation est organisée auprès des joueurs, 41,92% des répondants sont pour, 51,31% contre. Contre l'avis de la « communauté », les développeurs décident de limiter la puissance du Nomade, ce qui donnera lieu à des débats et des contestations, se rapportant notamment à l'aspect « marchand » du jeu (certains joueurs trouvent normal qu'une carte « banale » ait une puissance limitée, ils le réclament même, d'autres pas...). On peut se reporter aux 51 pages de débats à propos du Nomade sur le forum de Battleforge : <http://forums.battleforge.com/forum/showthread.php?t=24372>

s'améliorant avec le temps et la pratique, s'ils veulent progresser au sein des classements proposés. Notons sur ce point, comme témoignages de l'investissement de certains joueurs dans la pratique, la production « d'aides de jeu », par des joueurs de la « communauté », comme par exemple le *PVP Guide* de Circadia (document de 44 pages, téléchargeable en ligne, décrivant au travers de plusieurs chapitres diverses stratégies) ou encore le *Battleforge Timeline Calculator* de Fudgz, simulateur en ligne basé sur des paramètres mathématiques.

Les cartes sont achetées sur le serveur sous la forme de Battle Forge Points (BFP), les BFP étant vendus par EA avec le ratio suivant : 3000 BFP = 29,99 Euros.

Les cartes « communes », distribuées gratuitement lorsque l'on crée un compte *free2play* ont une faible valeur marchande (de 2 à 5 bpf) et octroient des capacités de combat limitées. Viennent ensuite les cartes « peu communes »/*uncommon* (pouvant aller jusqu'à 100 bfp), « rares »/*rare* (de 100 à 600 bfp) et « très rares »/*very rare* (pouvant atteindre les 2000 bfp pièce, soit 20 euros). S'ajoutent à cela les cartes dites « promo », notamment distribuées aux joueurs ayant testé la version « beta » du jeu début 2009, les plus rares et les plus chères (de 3000 à 5000 pour deux d'entre-elles, permettant de jouer des créatures parmi les plus puissantes). Le « record » atteint pour le prix d'une carte - l'Elfe déchue/*Fallen skyelf* au moment de son édition fin 2009 - étant de 20000 bfp (200 euros).

Bien évidemment, au travers de ces mécanismes, la dimension « commerciale » du jeu est patente. Elle est renforcée par la sortie « d'éditions » de cartes nouvelles – toujours virtuelles – tous les six mois environ, entraînant des modifications dans les stratégies devant être développées par les joueurs (des cartes nouvelles peuvent contrer plus efficacement les anciennes que celles disponibles auparavant) et « invitant à l'achat ». De même, le mode pvp « tome », où il est en pratique plus facile de progresser que dans le classement « commun » nécessite l'achat d'un *deck* spécifique de 900 bfp (9 euros) – autrefois 1250 bfp – tous les mois.

Toutefois, avec de l'expérience, un joueur maîtrisant bien le système d'achat/revente à la « salle des ventes » (*auction house*) parviendra à réaliser des bénéfices et pourra ainsi se dispenser de l'achat effectif de BFP en argent réel. Sans trop de mal, en une soirée, on peut ainsi « gagner » entre 100 et 500 bfp. De ce fait, plusieurs joueurs expérimentés constituent en quelque sorte des « fortunes » virtuelles dans le cadre du jeu. A titre indicatif, alors que nous ne jouons pas de façon « intensive », en tenant compte de la possession de cartes coûteuses, nos personnages de Battleforge possèdent un total d'environ 30000 bfp¹⁴, soit 300 euros, pour une mise de départ d'environ 100 euros. Certains, membres de guildes de joueurs lancent épisodiquement, en se référant pour l'occasion explicitement au vocabulaire boursier, des opérations de *market manipulation*, mobilisant des volumes de bfp considérables (20000-30000 bfp pour une opération) afin de déstabiliser le « marché » et de réaliser des profits élevés en une période de temps limitée.

¹⁴ Une limite formelle en « liquidités » est fixée pour chaque joueur à 20000 BFP. Toutefois, rien n'empêche d'avoir plusieurs comptes. Il est même de notoriété publique que des joueurs « reconnus » (membres du top 200 par exemple) peuvent utiliser des comptes secondaires où ils se comportent en *scammers*, ou encore que des guildes de joueurs créent des comptes uniquement destinés à gérer leurs opérations marchandes, où se connectent par alternance les joueurs désignés tel ou tel jour pour effectuer ces opérations... On peut ainsi voir des avatars de faible niveau mettre en vente simultanément des cartes pour des sommes très importantes en utilisant des pseudonymes connus pour être ceux des guildes (par exemple « Unforgiving » pour la guilde des « Unforgiven »).

Ces éléments donnent lieu en parallèle à toutes sortes de « légendes urbaines » sur les forums, telles que l'évocation d'internautes de pays pauvres employés afin d'amasser des bfp en tentant de les revendre illégalement via des sites pirates (ou au sein même du jeu) ou encore des rumeurs d'activités maffieuses via des trafics de cartes bleues volées servant à alimenter certains sites pirates en bfp... Plus concrètement, il y a manifestation d'une économie virtuelle pouvant avoir des implications dans le mode de vie de certains adolescents pratiquant le jeu (revente de bfp à des amis, revente de comptes, etc.).

Des grands et des petits

De même, afin de « fidéliser », en quelque sorte, la clientèle, le mode pvp oblige, en fonction de son classement (25 niveaux hiérarchisés, de « Soldat » à « Légende »), à jouer un certain nombre de matchs par semaine sous peine de perdre automatiquement des points Elo, selon le barème suivant :

Matches Per Week

1. *Top 10 players: 30*
2. *Top 20 players: 25*
3. *Top 25 players: 20*
4. *Top 100 players: 15*
5. *Top 250 players: 12*
6. *Top 500 players: 10*
7. *Top 1000 players: 8*
8. *Top 2500 players: 7*
9. *Top 5000 players: 6*
10. *Top 10000 players: 5*
11. *Everyone else: 2*

Un joueur du « top 10 » doit ainsi jouer au minimum 30 matchs par semaine, durant entre 5 et 20 minutes en moyenne (environ 6 heures de jeu) s'il veut conserver son « rang ». Bien sûr, s'il perd quelques matchs (cas le plus probable), il perdra également des points et sera amené à jouer davantage. Des psychologues n'auraient pas de mal à trouver là des mécanismes présentant des aspects « addictifs », résultant de ces mécanismes de jeu.

A titre indicatif, précisons sur ce point qu'en juin 2010, le joueur classé premier du classement « pvp » avait joué en un peu plus d'un an (à supposer qu'il ait commencé à jouer au moment de la sortie du jeu) un total de 2595 matchs (2182 victoires, 413 défaites), correspondant à 519 heures de jeu, 22 journées de 24 heures, 65 journées de 8 heures. Quelques mois après la sortie du jeu, en 2009, de nouveaux « grades » étaient apparus pour le mode « pve ». En une semaine, quelques joueurs avaient déjà atteint le grade le plus élevé (« Eternel »), ce qui supposait d'avoir effectué dans ce laps de temps au minimum 141 parties s'étant déroulées sur la carte la plus « rentable » (octroyant environ 17000 points d'expérience en une demi-heure), soit 70 heures de jeu.

Le classement des 200 meilleurs joueurs « pvp » est public et actualisé après chaque match, alors que les 10000 joueurs bénéficiant d'un rang Elo peuvent connaître leur position dans le classement et espérer un jour parvenir dans le « top 200 ». Mécanisme récurrent dans les jeux vidéo, on acquière ici potentiellement des « grandeurs ».

Battleforge constitue par conséquent également une micro-société virtuelle, avec ses *personnages importants* - les 10000 joueurs classés évoqués précédemment, le « top 200 »,

les trois meilleurs, bénéficiant d'une présentation spécifique dans le palmarès -, mais aussi les nouveaux venus ("newbies") et les indésirables. Là, on peut faire état de plusieurs catégories¹⁵ : les "noobs" (joueurs maladroits), les « lamers » (joueurs de mode pvp pressés de gagner des matchs et utilisant des tactiques particulièrement agressives, combinées en général à un manque de *fairplay*), les "scammers" (arnaqueurs cherchant à vous abuser via le système d'achat/revente des cartes) et les « hackers » (pirates cherchant à obtenir votre adresse mail et votre mot de passe pour, littéralement parlant, « vider » votre compte...). Sans oublier les « beggars », mendiants encombrant les canaux de *chat* par des messages où ils réclament un peu d'or et quelques BFP pour pouvoir acheter quelques cartes, ou encore les individus désignés par les initiales AFK « *away from keyboard* », tellement médiocres que soupçonnés de ne même pas savoir se servir d'un clavier d'ordinateur... Comme on peut le constater, au niveau linguistique, cette micro-société donne lieu à l'usage d'un vocabulaire spécifique, « indigène » pourrait-on même dire, présentant des analogies avec celui utilisé dans les autres jeux en ligne.

Notons, en termes de protection du consommateur, la position à notre sens problématique de l'éditeur, complaisante même à l'égard des « scammers »¹⁶ (2) et renvoyant les joueurs piratés par des *hackers* aux termes d'un CLUF¹⁷ (3) limitatif où leur responsabilité est engagée dès lors qu'ils divulguent leur données personnelles à des tiers. Devant l'ampleur du phénomène, fin mai 2010, un administrateur d'EA est toutefois intervenu sur le forum officiel du jeu (20.05.2010, 14:38) en ces termes, invitant à la dénonciation des malfaiteurs :

Skylords,

There seems to have been a rise in attempted scamming activity in-game as of late. We would just like to remind everyone that at no stage will anyone from EA ask for your username and password in-game. Additionally, we would advise you to be wary of anyone contacting you in-game with EA, Phenomic, Mod, or Admin in their usernames, we do not have any members of staff using such names. It is quite possibly a scammer trying to take advantage of you.

If you come across someone who you believe to be a scammer, please report them using the in-game report function. One way to report a player is to use the following command in chat.

** /report <player name> <reason for reporting>*

So if you wanted to report me you would type

** /report Silvanoshi possible scammer*

Fyi for anyone that thinks it would be funny to report me, don't, it will just take CS away from dealing with real scammers.

Have fun and be safe when playing, don't give your account details to anyone!

Silvanoshi

¹⁵ Ces catégories nous sont apparues au travers de notre pratique du jeu. Elles nous ont semblé efficaces au niveau des usages adoptés par les joueurs et de messages rédigés via les canaux de chat. Dans le cadre d'une étude de type sociologique, il serait nécessaire de croiser cette typologie avec les variables classiquement identifiées comme significatives – âge, sexe, milieu social, niveau de diplôme, profession/profession des parents – pour voir si des corrélations apparaissent. Il nous apparaît ainsi évident que les capitaux culturels et sociaux (niveau d'étude, connaissances en mathématiques, nombres d'amis que l'on peut convaincre de jouer à *Battleforge* afin de s'entraider, etc.) jouent un rôle déterminant dans les « grandeurs » développées par le joueur au sein du jeu.

¹⁶ Par étourderie, je réponds un jour à une enchère d'un *scammer* tentant de vendre une carte normale au prix d'une carte « promo ». Bilan de l'opération : perte de 2000 bfp (20 euros). J'envoie une réclamation au service clientèle, dénonçant la manœuvre du *scammer*, réponse : « *chaque joueur peut tenter de vendre une carte au prix qu'il désire* ».

¹⁷ Contrat de Licence Utilisateur Final

Accepter ces logiques, ou pas ?

Au sein de l'entreprise de valorisation de la production vidéoludique à laquelle on assiste actuellement, certains observateurs se plaisent à saluer – quelque soit le jeu – la « capacité d'action » des « acteurs », en mettant en exergue les actes de « résistance » de joueurs conscientisés qui chercheraient au travers de leur pratique à questionner, voire à contester, les logiques développées par les industriels du loisir dans les jeux vidéo. A l'issue de notre analyse de *Battleforge*, même si nous avons perçu quelques velléités de critique de la part de certains joueurs, cette thèse nous semble sujette à caution. D'une part parce que l'action des joueurs peut se heurter à des blocages informatiques : dans *Battleforge*, il n'est ainsi pas possible d'utiliser de « *mods* » (programmes modifiés), sous peine d'exclusion, les concepteurs justifiant cette politique par le fait que les « *mods* » sont de nature à biaiser l'aspect « compétitif » du jeu, en pouvant amener des possibilités de « triche ». D'autre part parce que les logiques de « contestation » des joueurs, sources d'acquisition de « grandeurs » auprès d'autres joueurs peuvent faire partie du « folklore » du jeu et être en quelque sorte instrumentalisées par ses promoteurs. Ainsi, dans *Battleforge*, si le joueur « novice » est amené à investir de l'argent pour acquérir initialement des cartes, il apparaît que la maîtrise du système de revente à la « salle des ventes » fait partie des compétences que le joueur expérimenté pourra maîtriser, celui-ci pouvant dès lors avoir l'impression d'avoir « dominé », voire « dépassé » la logique marchande à l'origine du jeu, alors qu'il y participe en fait à plein, *a minima* en consacrant beaucoup de temps à agir sur cette « bourse » et à la rendre ainsi active¹⁸.

Si la thèse de joueurs de jeux vidéo « résistants » est idéologiquement parlant séduisante, confrontée à une observation de type ethnographique diachronique permettant de mesurer l'ampleur du phénomène, elle devient discutable.

Par ailleurs, elle mésestime les logiques d'adhésion de certains joueurs à l'idéologie d'un jeu vidéo, voire des jeux vidéo, telle qu'elle se dessine si l'on prend en compte ceux parmi les plus joués (Fortin, 2004). La plupart des joueurs de *Battleforge* avec lesquels nous avons pu échanger sur ce thème, ou s'exprimant sur les forums de discussion acceptent la dimension « marchande » du produit, et les logiques de « classement », de compétition, qu'il sous-tend. Exemple significatif, lors d'une partie en mode pve, un joueur arrive avec de fortes velléités de critique à l'égard des joueurs « fortunés » de *Battleforge* aux *decks* surpuissants et coûteux. Via le *chat*, il lance quelques boutades à ce sujet dans le cadre de la phase de préparation de la partie, auxquelles aucun des joueurs expérimentés présents ne répondra. La partie commence : objectivement, le joueur « critique », s'il a pu accumuler quelques succès en pvp du fait de *skills* ne peut pas « gérer » cette partie en mode expert (le niveau le plus difficile) avec son deck « basique » : sur la portion de la carte qu'il doit défendre, il accumule

¹⁸ Notons par ailleurs que, dans le produit qu'il éditera postérieurement à *Battleforge*, *Lord of Ultima* – jeu de gestion présentant certains aspects d'un wargame – le même studio de développement (Phenomic Game) mettra au point des mécanismes de jeu rendant quasi-obligatoire l'investissement régulier d'argent réel, selon une fréquence hebdomadaire ou mensuelle, afin de permettre une gestion « automatisée » de certains paramètres (nécessitant sinon d'y passer un temps très important) ou encore permettant au joueur d'être plus « réactif » en cas de conflit militaire. On ne peut que constater là la disparition de certains éléments « d'auto-gestion » permis, voire valorisés, dans *Battleforge*. S'il est difficile de mesurer les « abandons » dans *Battleforge* et le pourcentage de joueurs « actifs », on peut constater dans *Lord of Ultima* un fort taux d'abandon en fonction des différentes phases de jeu et de l'accroissement du temps, et de l'argent (!), nécessaire à la gestion de son « royaume ». En décembre 2010, dans la phase dite de « end game », décidant à terme de quelle guilde dominerait chacun des « mondes », on peut estimer les joueurs encore actifs à 300 ou 400 par monde, soit environ 5000 pour l'ensemble du jeu.

les difficultés face à des monstres puissants... Ce qui nuit à la progression globale de l'équipe dans le cadre de la partie. Dès lors, il devient à son tour objet de moqueries de la part de joueurs dissimulant mal leur énervement face à cette « perte de temps » et ne manquant pas, alors, de lui rappeler le comportement qu'il avait manifesté au début. Nous suivrons bien entendu l'évolution des decks de ce joueur et force est de constater qu'il procédera dans les jours suivants à quelques achats de cartes afin d'optimiser ses performances. A la limite, un joueur s'interrogeant sur les mécanismes du jeu peut faire figure de « noob » : si on les juge discutables, rien n'empêche de jouer à un autre jeu, il y a en tellement d'autres. Mais il est mal venu de « prendre la tête » de ses partenaires avec cela : ils ont mieux à faire...

Les critiques des joueurs à l'égard du produit consistent ainsi le plus souvent à l'opposer à un autre jeu vidéo, en raison d'un « *gameplay* » présenté comme moins attractif ou d'un investissement financier jugé moins « rentable » en fonction de la qualité des parties. En pratique, les personnes déçues ou mécontentes indiquent ainsi qu'elles cesseront de jouer à *Battleforge* en privilégiant un autre jeu vidéo, citant fréquemment *World of Warcraft* comme étant bien plus « puissant » (pour les francophones) ou encore qualifiant ce jeu de « *great game* » par opposition à l'aspect moins « élaboré » de *Battleforge*.

Contribution à une socio-anthropologie des univers virtuels

Les études monographiques du type de celle que nous venons de présenter doivent à notre sens se multiplier pour atteindre une « masse critique » destinée à structurer ce champ de recherche sur des bases empiriques. Bien entendu, cela suppose de surmonter les biais évoqués dans la première partie de notre exposé. Il conviendrait notamment que le monde de la recherche redéfinisse de manière ordonnée les priorités sur ce champ, en évitant les « phénomènes de mode » évoqués au début de cet article, privilégiant les analyses sur des « produits phares » de l'industrie vidéoludique que tout le monde cherche à étudier en même temps...

On pourrait ainsi, à terme, aboutir à la constitution de bases de données spécialisées, comme cela se produit dans d'autres domaines – nous pensons notamment à la perspective développée par le centre national de la littérature pour la jeunesse – où un travail de recension et d'analyses monographiques accompagnerait la production de notes de synthèse, de notes critiques, destinées aux chercheurs mais aussi à des publics plus vastes (éducateurs, associations de parents ou de consommateurs par exemple). Soulignons en ce sens les biais découlant aujourd'hui du fait que l'essentiel des données disponibles sur les jeux vidéo – que ce soit d'ailleurs les statistiques sur les joueurs ou les présentations de jeux – proviennent des professionnels de ce secteur d'activités et de revues spécialisées à l'indépendance incertaine par rapport au « marché » (importance du financement via la publicité).

Outre ses aspects descriptifs, cette approche de *Battleforge* doit également être replacée dans le cadre de nos précédents travaux sur les jeux de rôles sur table (2001) et les jeux vidéo (2001a, 2009). Ceux-ci ont abouti à la mise en évidence de mécanismes compensateurs via la pratique de ces jeux de simulation. Dans le contexte de crise sociale et économique endémique vécu dans les pays occidentaux depuis le milieu des années 1970 ayant, notamment, abouti à un processus de déqualification des jeunes générations à leur entrée sur le marché du travail, de précarisation, de dépendance économique prolongée par rapport aux parents, ces jeux permettent de se construire en quelque sorte une « vie parallèle » où l'on accumule au quotidien des « grandeurs » via le jeu d'un avatar héroïque. Nous

admettons bien volontiers rester sur ce point d'un classicisme absolu, nous référant à Platon (mythe de la caverne), ou encore à Marx (opium du peuple), nous pensons que ces dispositifs présentent un aspect illusoire, voire aliénant, et, pour reprendre une logique toute durkhémienne, que le « corps social » a trouvé là un excellent moyen de gérer une situation de crise par la création d'un palliatif. Nous sommes très réservés quant à la pertinence et au sens de l'engouement pour certaines thèses « post-modernes »¹⁹, telles que celle de Wark (2007)²⁰, présentant le « *gamespace* » comme un lieu potentiellement émancipateur. Selon nous, les préoccupations portant sur l'existence *réelle* des gens (école, travail, conditions de vie) doivent l'emporter sur les interrogations concernant le *virtuel* y compris lorsque l'on étudie celui-ci, à moins de penser que les avancées sociales dans le monde d'aujourd'hui ne sont plus possibles et que le scientifique n'a plus aucun rôle à jouer dans ce processus, ou, pour parler comme Wark, qu'il conviendrait désormais de s'en remettre à « Dieu »²¹...

Battleforge est un produit commercial composite savamment construit, empruntant des éléments du jeu de rôles, du jeu de gestion de ressources (lointaines réminiscences avec le Monopoly), du jeu de stratégie, du *wargame*, des échecs et du go (classement Elo), des jeux de cartes à collectionner. Comme nous l'avons souligné, il y est aussi possible d'interagir avec d'autres joueurs via un système de *chat*. Comme d'autres produits de ce type, il aboutit à la création d'une micro-société virtuelle développant ses propres règles, ses propres usages, devant être appréhendés par l'observateur dans le cadre d'une ethnographie spécifique, à laquelle nous nous sommes employés ici. Au carrefour de plusieurs « économies de la grandeur », pour se référer au concept de Boltanski et Thévenot (1991) mêlant notamment des principes de la *cité domestique* (*newbies/noobs* vs joueurs expérimentés), de la *cité de l'opinion* (opposition des *scammers* et autres arnaqueurs aux joueurs « respectés ») et de la *cité industrielle* (mesure des performances omniprésente via le système de classement pvp/pve), *Battleforge* permet au joueur d'évoluer dans « plusieurs mondes » afin d'y affermir, au bout du compte, une position éminemment *sociale*.

L'approche développée ici pose également une autre question, liée à l'implication du « savant » au sein du dispositif qu'il étudie. Au bout du compte, nous nous situons là dans une perspective proche de celle mise en oeuvre par Becker dans le cadre de son approche des musiciens de jazz²² ou des fumeurs de marijuana. Nous avons éprouvé un réel intérêt, un réel plaisir à jouer à ce jeu et à y interagir avec d'autres internautes, passant peu à peu du statut de « newbie » au statut de joueur confirmé²³ au fur et à mesure que nous saisissons les logiques auxquelles nous étions confrontés. Le plaisir découlait notamment de l'aspect stratégique des parties, nécessitant de mettre en oeuvre des combinatoires avec les différentes cartes, nous rappelant certains *wargames* que nous apprécions alors que nous étions plus jeune. En ce

¹⁹ Voire même se revendiquant aujourd'hui du « post-humanisme » (Babin 2004)... Post-humanistes, ces théories le sont assurément... Mêlant futurologie et glose sur le contemporain, on ne se préoccupe ici - si l'on tente de raisonner dans une perspective sociologique - que du mode de vie des classes moyennes et supérieures des pays occidentaux et de celui d'une minorité de la population des pays en voie de développement. Le sort du reste de l'Humanité, dont la principale préoccupation est d'avoir accès à l'eau potable, à la nourriture, à un logement décent, à une école pour ses enfants, à des soins, mais qui ne pourra jamais posséder un ordinateur, n'aura jamais accès à des membres bioniques, ne pourra pas vivre jusqu'à 175 ans (!) est ignoré. Dans ces « thèses » ethnocentrées, le plus souvent, pas une ligne n'est écrite sur tous ces gens d'un « autre âge », implicitement présentés comme « sous-évolués » et peu dignes d'intérêt de la part de ces brillants penseurs... Cette forme « d'entre soi » présente des aspects insupportables...

²⁰ Nous tenons à remercier ici Stéphane Fauteux (Université du Québec à Montréal) pour ces échanges stimulants à propos des travaux de Wark.

²¹ Non sans une certaine causticité, Wark compare le *game designer* d'un jeu vidéo à Dieu...

²² Il l'était lui même et avait exercé cette profession pour financer ses études.

²³ Un de nos personnages fut classé pendant plusieurs semaines dans le « top 100 ».

sens, conscient de nos « limites », nous reconnaissons bien volontiers que nous ne rencontrerions sans doute pas le même intérêt pour la pratique d'un jeu sur console²⁴... Enfin, on l'a bien compris, si nous avons apprécié ce jeu, nous n'irions pas pour autant en vanter les mérites « pédagogiques »²⁵ et nous ne pouvons cacher les réserves d'ordre idéologique que nous ont aussi inspiré ce périple dans l'univers de *Battleforge*.

BIBLIOGRAPHIE

- BABIN D., 2004, *PH1 : Manuel d'usage et d'entretien du post-humain*. Paris, Flammarion.
- BECKER H., 1985, *Outsiders*, Paris, éditions A. M Metailé.
- BOLTANSKI L., THEVENOT L., 1991, *De la justification. Les économies de la grandeur*, Paris, Gallimard.
- BOURDIEU P. (sous la direction de), 1965, *Un art moyen. Essai sur les usages sociaux de la photographie*. Paris, Ed. de Minuit.
- BOUTET M., 2010, « Innovation par l'usage et objet-frontière : Les modifications de l'interface du jeu en ligne Mountyhall par ses participants », *Revue d'anthropologie des connaissances* 1/2010 (Vol 4, n° 1).
- CAILLOIS R., 1958, *Les jeux et les hommes : le masque et le vertige*. Paris. Gallimard.
- Fortin T., 2004, « L'idéologie des jeux vidéo », in Santolaria N., Trémel L. (coords.), *Le grand jeu. Débats autour de quelques avatars médiatiques*. Paris. PUF.
- FORTIN T., TREMEL L., 2006, "Les jeux de « civilisation » : une représentation du monde à interroger" in FORTIN T., MORA Ph., TREMEL L., *Les jeux vidéo : pratiques, contenus et enjeux sociaux*. Paris. L'Harmattan.
- MAGNET S., 2006, "Playing at Colonization: Interpreting Imaginary Landscapes in the Video Game Tropico", *Journal of Communication Inquiry*, Volume 30, n° 2, avril.
- TER MINASSIAN H., RUFAT S., 2008, "Et si les jeux vidéo servaient à comprendre la géographie ?", *Cybergeographie : Science et Toile*, article 418, <http://www.cybergeographie.eu/index17502.html>
- TREMEL L., 1998, "Univers virtuels et compétences critiques. Approche de la pratique des jeux de simulation", in BROUGERE G. (coord.), *Jouets et objets ludiques. Les champs de la recherche*. Actes du Colloque International sur le Jouet (Angoulême, 9-14 novembre 1997), ITRA, Université de Paris Nord, Centre Universitaire de la Charente.
- TREMEL L., 2001a, *Jeux de rôles, jeux vidéo, multimédia : les faiseurs de mondes*. Paris, PUF.
- TREMEL L., 2001b, "Les « jeux vidéo » : un ensemble à déconstruire, des pratiques à analyser", *Revue française de pédagogie*, n°136, Juillet-Août-Septembre.
- TREMEL L., 2003, "La pratique des jeux vidéo : un objet d'étude sociologique ?", in Roustan M. (coord.) *La pratique du jeu vidéo : réalité ou virtualité ?*, Paris, L'Harmattan.
- TREMEL L., FORTIN T., 2009, *Mythologie des jeux vidéo*. Paris. Le Cavalier bleu (coll. Mythô).
- TREMEL L., 2010, "Les recherches sur les « jeux vidéo » : images du jeune et conceptions de l'université nouvelle", in HAMEL J. (dir.), PUGEAULT-CICCHELLI C. (dir.), GALLAND

²⁴ Prépondérance de jeux d'action et de sport pour lesquels nous n'éprouvons aucun intérêt.

²⁵ Il ne s'agit pas là uniquement d'une boutade. La mise en avant d'une dimension « pédagogique » se rapportant à tel ou tel jeu vidéo – appliquée parfois aux plus « improbables », comme des jeux de tir / *First Person Shooter*... – est aujourd'hui l'un des éléments constitutifs des discours de légitimation se rapportant au domaine (aspects utilitaristes).

(O.), CICCHELLI V. (dir.), *La jeunesse n'est plus ce qu'elle était*. Rennes. Presses Universitaires de Rennes.

WARK K. M., 2007, *Gamer Theory*. Cambridge, London. Harvard University Press.