

# Approche communicationnelle des hybrides jeu-métier et travail-loisir dans le jeu en ligne

---

Marion Rollandin

Gripic,  
CELSA – université Paris-Sorbonne

L'objet central de cette communication est le jeu multijoueurs en ligne, considéré comme un lieu conduisant à développer chez les usagers des normes communicationnelles et de la réflexivité. L'aspect compétitif de certains titres de jeu multijoueurs entraîne l'émergence de professions diverses, allant de celle des joueurs professionnels sur le devant de la scène, à d'autres œuvrant dans l'ombre pour le bon déroulement des tournois. Le cadre d'observation est le jeu multijoueurs *League of Legends*<sup>1</sup>, au sein duquel se déploient différentes situations entraînant l'apparition de formes de professionnalisation<sup>2</sup> diverses qu'on peut ramener à deux grandes situations : celle où les joueurs professionnels s'entraînent et participent à des tournois de haut niveau en équipe<sup>3</sup> et celle où des joueurs acquièrent le statut d'animateur et présentent des émissions *via* Internet en commentant leur pratique ou celle des

« pros » lors des tournois. On observe ainsi des cadres de l'expérience différents : un cadre primaire de l'activité ludique<sup>4</sup>, dans lequel évoluent les amateurs, auquel se superpose un cadre secondaire de l'activité professionnelle, pour les joueurs professionnels. Cette superposition est possible car les professionnels utilisent le même dispositif de jeu que les joueurs amateurs et les côtoient durant la pratique. Dans leur cas, le cadre de l'activité ludique est modalisé<sup>5</sup> – transformé – en cadre de l'activité professionnelle.

Cette contribution s'appuie sur l'analyse des interactions entre les pratiques professionnelles et amateurs du jeu : d'un côté, il s'agit d'une professionnalisation, au sens strict, du jeu ; de l'autre, on observe une influence des formes empruntées aux experts sur la pratique des joueurs amateurs, pour qui le jeu est un loisir. L'accent est mis sur la médiation entre ces processus, à savoir les formes de médiatisation imaginées pour rendre cette pratique professionnelle visible des amateurs. L'étude repose sur une méthode ethno-sémiotique<sup>6</sup> articulant une analyse sémio-pragmatique des dispositifs à une analyse interactionnelle de

---

1 *League of Legends* est une arène de bataille en ligne multijoueur. Une partie dure quarante-cinq minutes et oppose deux équipes de cinq joueurs, par l'intermédiaire de personnages, dans une bataille où chacune doit défendre son camp et tenter de détruire le camp adverse pour remporter la victoire.

2 Nous estimons la différence entre les professionnels et les amateurs à travers la rémunération de l'activité de jeu. En effet, les « pros » sont rémunérés pour jouer, contrairement aux amateurs qui ne touchent rien lorsqu'ils pratiquent.

3 Une équipe comporte cinq joueurs professionnels (et parfois des remplaçants). Elle peut être indépendante, ou intégrée à une structure qui prend en charge les besoins des joueurs, ou bien sponsorisée (souvent par des marques liées au secteur informatique).

---

4 Erving Goffman, *Les cadres de l'expérience*, Paris, Éditions de Minuit, 1991, p. 30.

5 *Ibid.*, p. 52.

6 Igor Babou, Joëlle Le Marec, « De l'étude des usages à une théorie des « composites » : objets, relations et normes en bibliothèque », in Yves Jeanneret, Joëlle Le Marec, Emmanuel Souchier (dir.), *Lire, écrire, récrire : objets, signes et pratique des médias informatisés*, Paris, BPI, 2003, p. 237.

terrain. Nous avons, d'une part, mené une analyse sémio-pragmatique de la plateforme millenium.org<sup>1</sup>, et notamment de sa « chaîne TV » qui utilise une intégration du site d'hébergement de vidéo Dailymotion, pour décrire ce qui se passe. Des situations sont ainsi créées dans lesquelles les amateurs peuvent observer des « pros » et des animateurs engagés dans la pratique. Ces derniers se voient attribuer le rôle<sup>2</sup> de professionnels du jeu car ils ont été sélectionnés en amont à partir de leurs compétences jugées susceptibles d'intéresser le public du site. D'autre part, nous avons effectué une analyse interactionnelle de terrain, à savoir une phase d'observation participante sur le jeu et les plateformes de diffusion qui s'est déroulée sur un temps long, ajoutant à notre rôle de chercheur celui de joueur /spectateur, permettant de côtoyer d'autres joueurs amateurs. Le recours à cette double approche permet de faire le lien entre, d'un côté, la médiatisation des formes professionnelles du jeu et, de l'autre, la médiation que produisent les joueurs amateurs pour se représenter eux-mêmes en train de jouer. Le cadre théorique mobilisé s'inscrit dans le champ de la communication médiatisée, celle-ci étant « une production de représentations, incarnées dans des textes, eux-mêmes configurés dans leurs propriétés formelles par les traits de leur support médiatique »<sup>3</sup>, et de la communication en face à face. Nous mobilisons notamment les travaux de Goffman sur les cadres de l'expérience et sur la métaphore théâtrale, comparant les individus engagés dans une interaction quotidienne à des acteurs jouant un rôle au théâtre. Les notions permettant d'analyser les interactions en face à face s'avèrent utiles pour notre analyse car une partie de

l'activité des professionnels consiste à se mettre en scène à travers une médiatisation quasi quotidienne rendant visible leur propre corps grâce à un outil de captation d'images<sup>4</sup>. L'enjeu de cet article est de décrire les processus communicationnels complexes autour du jeu. Nous nous intéresserons aux formes de la professionnalisation du jeu ; nous analyserons les conditions de la médiatisation de la performance ; puis nous mettrons en évidence la médiation d'un art de faire produisant ainsi des hybrides entre jeu et métier et entre travail et loisir.

## Médiatisation de l'activité professionnelle

Nous allons nous appuyer sur l'analyse des dispositifs de médiatisation afin de qualifier les postures et d'analyser les modalités de professionnalisation d'une parole sur le jeu et sa pratique. La pratique de jeu des professionnels se distingue de celle des amateurs par le fait qu'elle est rémunérée. Pour certains, une part de cette rémunération se fait grâce à la diffusion de spots publicitaires entre chaque partie de jeu médiatisée. La médiatisation est l'élément moteur des deux professions considérées dans la mesure où elle offre un espace de visibilité et de communication permettant d'attirer des joueurs amateurs qui deviennent spectateurs. Si l'on se réfère aux propos tenus par les spectateurs, on constate qu'ils n'apprécient pas regarder une simple médiatisation sans discours d'accompagnement. En effet, le public n'a pas toujours les compétences pour comprendre ce qui se passe à l'écran. Il s'avère généralement dans l'expectative de s'approprier des connaissances qui lui permettront de progresser. Le professionnel doit donc commenter ses actions et partager son expertise. L'expert se montre en train de jouer, mais aussi en train de communiquer avec ses coéquipiers ou les spectateurs, ce qui produit une double médiatisation, l'action de jeu et l'action de communication apparaissant comme complémentaires. Cette médiatisation ne repose donc pas seulement sur l'exposition des

- 
- 1 Site associatif regroupant des articles sur différents jeux. Une section est dédiée à *League of Legends*. Il dispose de chaînes appelées « web TV » dont l'une d'elles diffuse en direct des parties d'animateurs et parfois de professionnels. Ces derniers sont également visibles lors de matchs opposant des équipes durant les tournois retransmis et commentés par les animateurs. La programmation est annoncée chaque semaine.
  - 2 Nous entendons « rôle » comme un « modèle d'action préétabli que l'on développe durant une représentation et que l'on peut présenter ou utiliser en d'autres occasions » (Erving Goffman, *La mise en scène de la vie quotidienne, tome 1, La présentation de soi*, Paris, Éditions de Minuit, 1973, p. 23).
  - 3 Yves Jeanneret, *Penser la trivialité, volume 1 : La vie triviale des êtres culturels*, Paris, Lavoisier, 2008, p. 166.

- 
- 4 Sur la plateforme étudiée, l'outil utilisé est une webcam durant la médiatisation des parties des pros ou des animateurs. Durant la retransmission des tournois, les joueurs sont filmés grâce à des caméras elles-mêmes visibles à certains moments.

compétences et expertises mais aussi sur une mise en scène de la pratique, constituant des « arts de faire » qui « deviennent des tactiques qui valorisent la compétence non pas de savoir, mais de savoir faire “faire savoir” en mobilisant les dispositifs informatisés »<sup>1</sup>, que chaque professionnel tente de maîtriser. Trois qualités sont essentielles : la standardisation, la séduction et l'autopromotion : nous les envisageons ici en nous fondant sur l'observation de parties d'entraînement médiatisées des professionnels.

### **Standardisation : une mise en scène similaire des professionnels**

La diffusion d'une partie à partir de la simple utilisation du logiciel de jeu ne suffit pas à créer un espace personnalisé. En effet, on observe que le joueur n'est identifié que par l'affichage de son pseudonyme au dessus du « champion »<sup>2</sup> (cf. haut fig.1). On peut mettre en évidence une standardisation des espaces de communication dédiés à la médiatisation des parties, via l'utilisation de codes pour mettre en scène la pratique, communiquer et permettre une identification et une reconnaissance du professionnel par les spectateurs. Ainsi, les professionnels utilisent des éléments textuels significatifs similaires pour se construire un espace personnel de mise en scène de soi permettant la génération d'un *ethos* discursif et comportemental<sup>3</sup>, l'*ethos* étant « l'image que nous construisons de nous-mêmes dans nos échanges avec autrui »<sup>4</sup>. On retrouve à chaque *stream*<sup>5</sup> une

diffusion en direct de l'écran du professionnel permettant de suivre ce qu'il fait. Son espace personnel se construit donc à partir de son écran (cf. partie bas fig.1). On observe un espace graphique personnalisé – appelé l'*overlay* –, qui se superpose à l'écran de jeu, structuré par des cadres permettant l'intégration de trois éléments : le pseudonyme et les identifiants dans les réseaux sociaux, pour que le public sache instantanément qui est le professionnel qui joue, une icône personnalisée, par exemple une représentation graphique d'un personnage ou bien un logo, et, en bas à droite, l'image du joueur engagé dans l'activité par la *webcam*<sup>6</sup>, recréant ainsi une sensation de présence en face à face. L'espace sonore se compose du son du logiciel de jeu, de musique, si le « pro » décide d'en diffuser, et de la voix de ce dernier par l'intermédiaire de son micro<sup>7</sup>. Celle-ci permet une identification forte car « il est [...] possible d'identifier et de reconnaître, même sans la voir, une personne au son de sa voix [...] »<sup>8</sup>. Ces différents éléments contribuent à mettre en scène le professionnel, donnant des informations pour l'identifier aisément, et à rattacher son nom à toutes ses actions. Ils constituent une trame se superposant au logiciel de jeu qui concourt à la construction de l'*ethos* du professionnel. C'est par ce dispositif d'identification que se construit une image du professionnel permettant de le différencier d'un autre. Pour les spectateurs initiés, il s'avère possible en un regard de déterminer quel professionnel est en train de montrer ses parties. Chacun se construit un *ethos* bien particulier *via* ces sessions de *streaming*.

1 Valérie Jeanne-Perrier, « Les pratiques éditoriales comme moyen d'action sociale sur des corps de métiers : les journalistes soumis aux outils des médias sociaux », in Serge Proulx, Annabelle Klein (dir.), *Connexions - Communication numérique et lien social*, Namur, Presses universitaires de Namur, 2012, p. 113.

2 Un « champion » est un personnage que le joueur contrôle, par l'intermédiaire duquel il prend part au combat.

3 Amossy relie la mise en scène de soi à l'*ethos*. Elle explique que Goffman se préoccupe des aspects non verbaux, alors qu'elle s'intéresse « à la dimension langagière de la présentation de soi » (Ruth Amossy, *La présentation de soi - Ethos et identité verbale*, Paris, Presses universitaires de France, 2010, p. 7). Dans notre enquête, nous considérons les deux dimensions car le corps du professionnel est visible et ses discours sont accessibles.

4 Ruth Amossy, *La présentation de soi - Ethos et identité verbale*, op. cit., p. 6.

5 Un *stream* est un programme diffusé en direct. Il s'agit ici en l'occurrence de la diffusion de la pratique professionnelle.

6 Cette structure des éléments est évolutive. Par exemple, ce cadre dédié à l'image du joueur a évolué entre le moment de l'appel et la rédaction de l'article.

7 La voix est utilisée dans la pratique professionnelle pour communiquer avec les spectateurs du *stream*.

8 Claude Lukasiewicz, *Territoire virtuel, identité réelle : la plasticité identitaire sur Internet*, thèse de doctorat Information et communication, sous la direction de Véronique Richard, Paris, université Paris-Sorbonne, 2009, p. 189.



Figure 1

### Stratégie de séduction : susciter l'attention, un des enjeux de la profession

Un des enjeux des deux professions étudiées est de réussir à inciter les spectateurs à regarder les futures diffusions des parties de jeu, de les séduire. Les professionnels essaient de susciter l'adhésion des spectateurs<sup>1</sup> – c'est-à-dire les faire adhérer à leurs valeurs et compétences ainsi qu'au déroulement du *stream*. On observe pour cela qu'ils proposent un contenu riche et d'expertise, tentent de se différencier des autres « pros » par des activités originales, de présenter une image de soi avenante, etc. Certains offrent une gratification – souvent un code<sup>2</sup> permettant d'acheter un avantage en jeu. Pour l'obtenir, il faut généralement mettre un commentaire sur Facebook ou sur l'IRC<sup>3</sup>. Le professionnel tire au

sort un commentaire à la fin du *stream* pour désigner le vainqueur, ce qui encourage les spectateurs à le regarder dans sa totalité. La gratification peut être différée : le professionnel laisse un code sur son profil Facebook à un moment de la journée, et le premier à l'utiliser le remporte. Avoir une chance d'obtenir un avantage incite les spectateurs à consulter son profil régulièrement. Cet avantage peut également se traduire par l'opportunité de côtoyer le professionnel le temps d'une partie. C'est ce que certains proposent en aménageant des temps de jeu, à la fin du *stream*, avec des joueurs amateurs sélectionnés dans le public. Ces différentes stratégies permettent de susciter l'attention des spectateurs, de se faire une réputation, incitant les joueurs amateurs à suivre les activités des professionnels dans le temps. Rappelons que ce processus de séduction est important car il vise à une augmentation de l'audience<sup>4</sup> qui aura un impact sur la rémunération des professionnels. Durant la période d'enquête, deux animateurs sur millenium.org étaient appréciés pour l'ensemble de ces éléments, et leurs *streams* faisaient une grande audience. Ils estimaient l'attention de leurs spectateurs selon deux facteurs : le nombre de personnes regardant la vidéo s'affichant dans le dispositif de diffusion, et les nombreux commentaires écrits dans l'IRC ou les réseaux sociaux. Par la suite, ils ont quitté cette structure pour exercer leur activité sur une autre plateforme de diffusion dont les *streams* avaient une audience plus faible. Nous avons constaté une audience plus importante lors de leur propre *stream*, indiquant que les spectateurs séduits précédemment n'ont pas hésité à changer de dispositif médiatisé pour continuer à les suivre. Ce report d'audience a été confirmé par les nombreux commentaires des amateurs laissés sur les pages Facebook des animateurs en question : la plupart mentionnaient un désaccord ou de l'indifférence vis-à-vis du changement de plateforme, mais affirmaient qu'ils continueraient à les regarder. Dans le cas des joueurs professionnels, l'attention suscitée durant leurs *streams* personnels amène les

1 Mélanie Millette, « Tensions entre production de soi et reconnaissance en ligne: le cas des podcasters indépendants montréalais », in Serge Proulx, Annabelle Klein (dir.), *Connexions - Communication numérique et lien social*, op. cit., p. 141.

2 Ces codes permettent aux utilisateurs du jeu d'obtenir des « skins » pour leurs personnages, c'est-à-dire des modifications de leur apparence. Cet achat est purement esthétique et n'apporte pas d'avantage durant les parties.

3 Internet Relay Chat: dispositif de communication textuel permettant une communication instantanée entre les usagers. Un tel dispositif se trouve à côté du cadre dans lequel est diffusé le *stream* sur mille-

num.org (cf. bas fig.1), permettant une interaction écrite entre les spectateurs et avec le professionnel, qui peut lire les commentaires et y réagir oralement.

4 Les professionnels estiment l'audience de leur programme à travers un outil s'affichant en bas de la vidéo qui indique en temps réel le nombre de spectateurs regardant le *stream* en simultané.



spectateurs à venir les supporter lors des tournois<sup>1</sup>. Ils deviennent ainsi un intermédiaire entre la société de production et les amateurs. Cette dernière encourage ces actions de médiatisation et a conscience qu'un joueur soutenu sera suivi lors de la diffusion des tournois. Ainsi, afin d'encourager la visibilité des joueurs professionnels, la société leur a offert de nouveaux comptes de jeu<sup>2</sup> pour qu'ils montrent à nouveau comment progresser dans la pratique, ce qu'ils ne pouvaient plus faire avec leur compte officiel qui a déjà un niveau très élevé.

### **Autopromotion : nécessité d'une communication régulière avec le public**

Pour fixer des rendez-vous médiatisés avec les spectateurs, les professionnels doivent communiquer de manière régulière avec eux. La grille de programmation de la « chaîne TV » permet de savoir quand un professionnel diffuse ses parties. Or, cela ne suffit pas car ce dernier s'entraîne aussi en dehors de ces temps de diffusion. Il peut avoir une chaîne personnelle sur d'autres plateformes et inciter les joueurs amateurs à venir le soutenir. Pour encourager ces rencontres médiatisées, il a recours à des techniques d'« auto-référencement »<sup>3</sup>, correspondant à « une pratique qui consiste en une présence plus ou moins diversifiée de liens menant vers d'autres manifestations de la présence en ligne », c'est-à-dire qu'il fait sa propre promotion pour ses futures apparitions. Cela se fait notamment sur

---

1 Les spectateurs supportent les professionnels en se rendant sur les lieux du tournoi ou bien en regardant les retransmissions en direct des matchs.

2 La pratique de *League of Legends* repose sur la création d'un compte que le joueur doit faire évoluer du niveau 1 au niveau 30. Cette progression est longue et passe par l'obligation de faire de nombreuses parties. Une fois niveau 30, les joueurs peuvent prendre part à des parties dont le résultat les insèrera dans le classement. Les joueurs professionnels comptent parmi les meilleurs du classement. Pour respecter un équilibre, le système de jeu n'oppose que des joueurs ayant un niveau similaire. Ainsi, il est impossible pour les pros de montrer une éventuelle progression, étant donné qu'ils sont déjà au sommet du classement. La société leur a offert un compte niveau 30 afin de pouvoir médiatiser sa progression.

3 Mélanie Millette, « Tensions entre production de soi et reconnaissance en ligne : le cas des podcasters indépendants montréalais », in Serge Proulx, Annabelle Klein (dir.), *Connexions - Communication numérique et lien social*, op. cit., p. 142.

Facebook. Par exemple, les animateurs laissent un message indiquant que leur *stream* va commencer : « A dans pas longtemps (32 minutes exactement) pour un Legendary sur la Millenium TV2 ! »<sup>4</sup>. Facebook est très utilisé à cet effet, le dispositif offrant des espaces d'échanges permanents. Les joueurs amateurs peuvent ainsi laisser des commentaires de soutien, poser des questions, etc. Les professionnels ont la possibilité de se montrer dans leur quotidien, de donner des informations sur leur lieu de vie, sur leurs déplacements lors des tournois, etc., ce qui contribue encore à la mise en scène de leur métier et renforce leur *ethos*. Cet outil de communication est aussi utilisé et géré durant le *stream*. Ainsi, il n'est pas rare de voir apparaître à l'écran le réseau social lorsque le professionnel décide de répondre en direct à une ou deux questions. Il montre aussi parfois la page de la « chaîne TV », page que regarde déjà le spectateur, créant ainsi un jeu de miroir, l'image sur l'écran du spectateur étant la même que dans le cadre de diffusion.

### **Véhiculer un imaginaire de la profession**

L'*ethos* de chaque joueur professionnel participe à la formation d'un *ethos* public du « joueur professionnel », fabriquant ainsi une image de la profession mise en scène lors de la médiatisation des entraînements, des tournois et des actions de communication envers les joueurs amateurs. Un certain imaginaire du métier est ainsi véhiculé : il ne s'appuie pas seulement sur une pratique experte, mais aussi sur des compétences pour divertir et communiquer avec le public en gérant la pluralité des supports et des postures d'énonciation. Il présente également des similarités avec les professions sportives en renvoyant à des valeurs comme l'esprit d'équipe et la capacité à fédérer le public. Certains aspects de la médiatisation rappellent enfin que c'est une pratique professionnelle impliquant un certain sérieux contrastant avec l'aspect ludique de l'activité proposée par le dispositif de jeu.

---

4 Extrait d'un message provenant du profil Facebook de l'animateur Lege - 21 juillet 2013.

### **Compétences communicationnelles : gérer le jeu entre expertise et divertissement**

La médiatisation de l'activité des professionnels permet de communiquer un savoir expert<sup>1</sup> et de divertir les joueurs amateurs. Pour cela, le professionnel doit maîtriser les interactions avec son public et sa manière de se mettre en scène. Il doit avoir des aptitudes communicationnelles, en gérant les postures énonciatives, que ce soit par une « forme communicationnelle ouverte et asynchrone » ou par une « sollicitation directe »<sup>2</sup> lorsqu'il répond à une question posée par un joueur amateur. Le divertissement passe par le fait qu'il doit être apte à animer et fédérer, même quand ses compétences sont mises à rude épreuve comme lors d'une partie perdue, ce qui « menace sa face »<sup>3</sup>. Lorsque sa face est menacée, le professionnel se justifie, montrant une volonté d'explicitier la situation. Expliquer les raisons d'une défaite permet de la rendre plus accessible, situant ainsi à nouveau le professionnel dans son rôle, grâce à son expertise. Cette volonté d'expliquer, de partager son expertise établit un lien particulier avec le public, une forme de proximité avec les spectateurs accentuée par les informations données sur le quotidien et la carrière d'un professionnel affluant sur Facebook, avec des photos ou vidéos pour montrer les « coulisses »<sup>4</sup> de la profession. Cette proximité est renforcée par le fait que ces « pros » étaient auparavant des joueurs amateurs comme en témoigne un événe-

ment récent : un très bon joueur amateur a été recruté au dernier moment pour intégrer une équipe après le désistement d'un professionnel, permettant à cette équipe de participer et de remporter un championnat. Ainsi, à travers la médiatisation de la pratique et une communication régulière avec le public, la profession apparaît comme accessible tout en nécessitant de développer des compétences communicationnelles pour gérer le jeu entre expertise et divertissement et pour établir une proximité avec les spectateurs.

### **Une activité professionnelle fédératrice véhiculant des valeurs sportives**

Une part de l'activité des joueurs professionnels consiste à participer à des tournois opposant des équipes de cinq. L'objet n'est pas ici de s'interroger sur le fait que la pratique professionnelle du jeu peut être assimilée ou non à un sport, mais de constater que la médiatisation des tournois rappelle la médiatisation des compétitions sportives, enrichissant l'*ethos* public du « joueur professionnel » de caractéristiques et valeurs que l'on retrouve avec les professions sportives. Le fonctionnement des équipes est similaire à celui des équipes de sports collectifs : des joueurs titulaires et des joueurs remplaçants, une prise en charge par des structures, un entraîneur, des sponsors et même des changements de joueurs dans les équipes à chaque saison. Dans les discours des équipes est souvent mis en avant le fait que les joueurs professionnels doivent également développer un esprit d'équipe, valeur que l'on retrouve dans le monde du sport. Cet esprit assure la cohésion entre les membres de l'équipe et permet de mettre en œuvre des stratégies nécessitant une réelle symbiose entre ces derniers. À cet effet, ils expliquent qu'ils passent beaucoup de temps ensemble, même en dehors de la pratique du jeu. L'organisation des tournois se fait selon le même processus qu'un match sportif : les équipes se déplacent à travers le monde pour s'affronter le temps de la compétition. En octobre 2013, la finale de la dernière saison s'est déroulée dans un lieu accueillant habituellement des sportifs : le Staples Center à Los Angeles. Les matchs ont été suivis par les spectateurs, expliqués en anglais par des commentateurs sur place et retransmis auprès du public *via* Internet. On a assisté à une médiatisation des matchs dans différentes

- 1 Les professionnels ont une pratique intensive et régulière qui leur permet une très bonne maîtrise du *game-play*. Ils ont pour habitude d'analyser chaque match qu'ils font afin de pouvoir progresser, mais aussi ceux des autres professionnels afin d'augmenter leurs connaissances en terme de stratégies et de lecture du jeu. Ces différents éléments concourent à la formation d'un savoir que nous qualifions d'expert.
- 2 Mélanie Millette, « Tensions entre production de soi et reconnaissance en ligne : le cas des podcasters indépendants montréalais », in Serge Proulx, Annabelle Klein (dir.), *Connexions - Communication numérique et lien social*, op. cit., p. 140.
- 3 Erving Goffman, *Les rites d'interaction*, Paris, Éditions de Minuit, 1974, p. 14.
- 4 Ce terme de coulisse, défini par Goffman comme un lieu où « l'acteur peut se détendre, [au sein duquel] il peut abandonner sa façade, cesser de réciter son rôle, et dépouiller son personnage » (Erving Goffman, *La mise en scène de la vie quotidienne. Tome 1. La présentation de soi*, op. cit., p. 111), est repris dans certaines vidéos, comme c'est le cas sur *millenium.org* avec celles intitulées « les coulisses de millenium ».

langues et en France, les matchs ont été commentés par des animateurs sur [mille-annium.org](http://mille-annium.org). L'enquête a révélé que le métier de joueur professionnel contribuait à véhiculer des valeurs sportives mais aussi fédératrices, par l'intermédiaire de l'action des animateurs. Par exemple, dans l'une des équipes les plus connues d'Europe, qui est allée en demi-finale des championnats mondiaux et a été soutenue par les spectateurs, se trouvent deux Français. Ce soutien s'est manifesté par une grande audience lors de la retransmission de leurs matchs, ainsi que par des messages d'encouragements sur leur profil sur les réseaux sociaux, ou sur tout site évoquant cet événement. D'ailleurs, lors de leurs matchs, les animateurs français qui commentaient le tournoi avaient inscrit le surnom des deux Français sur leur front, afin d'afficher leur soutien (cf. fig.2). L'ethos de la profession véhicule ici des valeurs sportives et fédératrices.



Figure 2

### **Sérieux : ce jeu n'est pas qu'un jeu**

Malgré l'utilisation d'un dispositif dédié à une activité ludique, la pratique professionnelle reste une activité sérieuse. Par exemple, même dans la médiatisation des parties d'entraînement, où ils divertissent les spectateurs, les professionnels font preuve d'une attention constante et d'un niveau de jeu correspondant à leur rôle. Ce degré de concentration s'observe par le fait qu'ils sont dans l'incapacité de commenter leurs actions en permanence : l'activité de jeu nécessite parfois une mobilisation de toutes les ressources cognitives dont dispose le joueur. Pour pallier ce phénomène, ils superposent alors à leur pratique la diffusion de musique comblant les « blancs » des conversations. Ils ne cachent pas le fait qu'ils s'entraînent toute la journée, parfois même la nuit, comme on peut l'observer sur

leur chaîne personnelle ou comme en témoignent les propos tenus sur les réseaux sociaux. Les amateurs perçoivent ainsi qu'il faut de nombreuses heures d'entraînement pour arriver à ce niveau et une pratique régulière, ce qui est peu compatible avec les études ou un autre métier ; c'est ce que ne cessent de dire les professionnels, qui ont souvent dû faire un choix, certains arrêtent leur activité de « pro » pour leurs études et réciproquement. Le sérieux est véhiculé par la médiatisation et se retrouve aussi dans la conception qu'ont les amateurs du métier. En effet, ces derniers attendent que les « pros » fassent preuve d'une expertise, mais aussi qu'ils endossent un comportement de « professionnel » correspondant à leur rôle, c'est-à-dire qu'ils ne fassent pas les mêmes choses qu'eux, simples joueurs. Par exemple, ils s'attendent à ce qu'un joueur « pro » se comporte bien, même face à la défaite. Récemment, l'attitude d'un professionnel a attiré l'attention lors d'un championnat : il a quitté avant la fin une partie perdue d'avance sous le coup de l'énerverment. Ce type de comportement, fréquent chez les amateurs, fut très mal perçu.

### **Médiation d'une forme de pratique**

La médiatisation des activités des professionnels peut être considérée comme un ensemble de traces qui implique une représentation des usages du dispositif de jeu tels qu'ils sont anticipés par les concepteurs<sup>1</sup> : cela constitue la médiation d'une forme de pratique du jeu, imaginée et présentée comme experte, engendrant un impact sur la pratique ludique et sur le jeu lui-même. En effet, les joueurs amateurs vont tenter de reproduire des stratégies qu'ils ont vu mises en œuvre par des professionnels. De plus, la pratique professionnelle sert aux concepteurs afin de faire évoluer le jeu, en apportant des modifications et des rééquilibrages après chaque saison. Enfin, les joueurs se réapproprient des normes de la pratique professionnelle : le cadre de l'activité ludique semble se modaliser en un cadre secondaire ayant des

1 Marie Després-Lonnet, Dominique Cotte, « La médiation en question(s) : de l'empilement au collapsus, le cas des sites d'information touristique », in Jean Davallon (dir.), *L'économie des écritures sur le web, volume 1 : traces d'usage dans un corpus de site de tourisme*, Paris, Lavoisier, 2012, p. 93.

caractéristiques de l'activité professionnelle.

### « Faire comme X » grâce à la circulation des contenus vidéos

Les professionnels réalisent parfois, par l'intermédiaire de leur champion, des actions hors du commun, des mouvements nécessitant une certaine adresse ; ou encore, ils présentent lors des rencontres officielles des stratégies « exotiques » visant à déstabiliser l'équipe adverse. Ces stratégies ou actions, commentées par les animateurs ou d'autres joueurs professionnels, sont visibles dans le temps du direct de la médiatisation, mais aussi dans un temps différé, grâce à des enregistrements comportant des extraits du match mis à disposition des joueurs amateurs qui souhaitent revivre le moment ultérieurement. Ces enregistrements circulent ainsi sur le Web après le direct, ce qui permet de se remémorer les mouvements, et sont souvent mis en avant sur les plateformes dédiées à ce jeu, comme c'est le cas pour millenium.org (cf. fig.3). Parfois, lorsqu'un joueur professionnel est à l'origine d'un mouvement jugé « impressionnant » par les commentateurs, ce mouvement se voit attribuer le nom du joueur. Ce qui nous intéresse ici, c'est que la médiatisation de ces actions expertes entraîne chez les amateurs l'envie de tester la stratégie ou de réaliser le mouvement pour « faire comme X », souvent dans les heures qui suivent le match. Lors d'un championnat européen, un joueur appelé Xpeke fit une action complexe qui permit de remporter la victoire. Depuis, dans les parties amateurs, dès que la situation de jeu semble similaire, les joueurs sont pris de l'envie d'essayer de faire la même action et annoncent à leurs coéquipiers « je vais faire une Xpeke ». Cela n'est pas toujours couronné de succès, les joueurs amateurs n'ayant pas les mêmes compétences que les professionnels. Le fait que les professionnels soient des modèles pour les joueurs amateurs est facilité par la médiatisation des tournois en direct et en différé, mais aussi par des articles qui mettent en avant des conseils des professionnels ou des guides pour essayer de « maîtriser » comme eux un personnage.



Figure 3

### Des tournois comme laboratoire de test pour les concepteurs

La société productrice du jeu effectue régulièrement des mises à jour de son contenu en modifiant les caractéristiques des « champions » ou bien des éléments de la carte. Il se trouve que les tournois représentent une sorte de laboratoire pour les concepteurs permettant, entre autre, d'estimer les déséquilibres entre les personnages<sup>1</sup>. Ainsi, l'utilisation du dispositif de jeu par les professionnels a un impact sur le développement même du contenu du jeu : de nombreuses modifications du jeu ou rééquilibrages sont faits à la suite de leurs matches. Lors des tournois, on observe que, malgré l'existence d'une centaine de champions, pas plus d'une vingtaine sont utilisés par les professionnels. En effet, ces derniers remarquent durant leurs entraînements quels sont les personnages les plus forts du moment. Afin de ne pas exclure définitivement les autres, les concepteurs essaient à chaque mise à jour de rééquilibrer le jeu en diminuant les caractéristiques des champions trop forts. Les rééquilibrages sont ensuite détaillés sur le site officiel du jeu, comme le montre cet extrait indiquant les modifications faites sur Shyvana, champion utilisé à chaque match de compétition en raison de sa capacité à infliger à ses ennemis des dégâts très élevés en début de partie (cf. fig. 4). Cela peut conduire les joueurs amateurs à anticiper les changements futurs, à faire des suppositions sur l'évolution du jeu en regardant les matches.

<sup>1</sup> Les personnages proposés ont chacun des caractéristiques et des compétences différentes. Il est difficile de ne pas rendre un personnage plus fort qu'un autre. Ainsi, la société conceptrice effectue souvent des modifications afin d'atteindre un équilibre.





### Shyvana

**Résumé :** nous réduisons les dégâts totaux de Combustion et les dégâts de Souffle de flammes aux premiers niveaux. Un bug a aussi été corrigé sur Vol du dragon et les dégâts correspondent maintenant à ceux indiqués dans la bulle d'aide.

Jusqu'en milieu de partie, Shyvana fait beaucoup de dégâts, même quand elle s'efforce d'être tanky. Si Shyvana est capable à la fois de push, d'éradiquer des vagues de sbires et de remporter tous ses combats, alors la partie peut devenir un peu frustrante. Nous allons donc refroidir les ardeurs du dragon pour que Shyvana soit un peu moins écrasante en début de partie.

#### Z - Combustion

- Dégâts par seconde réduits à 20/35/50/65/80 (au lieu de 25/40/55/70/85).
- Minimum de dégâts magiques réduit à 60/105/150/195/240 (au lieu de 75/120/165/210/255).
- Maximum de dégâts magiques réduit à 140/245/350/455/560 (au lieu de 175/280/385/490/595).

#### E - Souffle de flammes

- Dégâts réduits aux premiers niveaux à 60/100/140/180/220 (au lieu de 80/115/150/185/220).

#### R - Vol du dragon

- Les dégâts correspondent désormais à ceux indiqués dans la bulle d'aide : 175/300/425 (au lieu de 200/300/400).

Figure 4

## Vers une professionnalisation de l'activité ludique

Les joueurs amateurs tendent à reproduire les actions effectuées par les « pros », mais vont aussi se réapproprier des normes liées à la communication et à la manière de pratiquer en équipe professionnelle. En effet, ils s'organisent en équipe pour avoir des partenaires réguliers avec qui s'entraîner, même s'ils n'ont pas la prétention de faire de la compétition : l'enjeu est de construire, à l'instar des professionnels, des équipes permettant de remporter des matchs tout en s'amusant et en progressant. Ce qui nous intéresse, c'est que les joueurs amateurs appliquent des « manières de faire » issues des pratiques professionnelles, détournent des éléments caractérisant généralement les activités professionnelles, modifiant ainsi leur pratique initialement ludique, sur des plans relationnel, temporel et stratégique. Sur le plan relationnel, la constitution des équipes ne se fait pas simplement par affinités, mais plutôt en fonction des compétences des joueurs. Ainsi, un joueur désireux de construire une équipe choisit ses équipiers à travers des processus propres au monde professionnel : un dépôt de candidature suivi d'un entretien, entraînant pour les joueurs retenus des périodes de test. Sur le plan temporel, les amateurs planifient des entraînements réguliers, dédiant un certain nombre de soirs par semaine à la pratique, avec l'obligation de prévenir en cas d'absence. Un joueur trop souvent absent peut être renvoyé de l'équipe. Sur le plan stratégique, la communication durant les parties devient plus structurée. On observe une autorégulation des comportements lors des

échanges oraux qui ont lieu durant les parties, les joueurs se réprimandant lorsque plusieurs personnes parlent en même temps. Les parties donnent lieu à des « débriefings », permettant d'analyser les points forts et les points faibles de chacun, incitant ainsi à l'amélioration. Si une personne s'avère plusieurs fois être à l'origine des défaites, il est probable qu'elle soit renvoyée et remplacée, comme un joueur professionnel ayant de mauvaises performances. Ainsi, les modèles issus de la pratique professionnelle interviennent dans la réflexivité communicationnelle<sup>1</sup> des amateurs et sont intégrés à la pratique ludique, qui se rapproche fortement de l'activité professionnelle.

Nous avons montré que les activités de médiatisation étaient essentielles pour la rémunération des professionnels. Elles participent également à créer une image particulière du professionnel à laquelle le public adhérerait ou non. Les deux professions étudiées ici participent à la promotion de la pratique ludique à travers la médiatisation d'une forme de professionnalisation et à créer des espaces de rencontre entre le dispositif de jeu, les professionnels et les joueurs amateurs. Durant ces différents temps de médiatisation se construit un *ethos* de la profession, véhiculant des valeurs se rapportant à l'activité ludique, mais aussi aux activités sportives et professionnelles. La médiatisation des activités des professionnels véhicule une forme de médiation de la pratique, permettant aux joueurs amateurs de s'approprier de nouveaux savoirs sur le jeu. Elle donne aussi, aux joueurs qui souhaitent progresser en équipe, l'image d'une certaine discipline pour structurer leur pratique. Pour conclure, c'est à travers des processus communicationnels complexes autour du jeu, que nous avons décrits, à savoir la professionnalisation du jeu, la médiatisation de la performance et la médiation d'un art de faire, que se produisent des hybrides entre jeu et métier et entre travail et loisir.

1 Nous entendons par réflexivité communicationnelle le fait que les joueurs mobilisent des savoirs sur la communication acquis précédemment (en l'occurrence suite à leur confrontation aux actions des « pros ») et les modulent pour les réinvestir en tant que réalité structurante de la situation de communication.

## Bibliographie

Amossy Ruth, *La présentation de soi - Ethos et identité verbale*, Paris, Presses universitaires de France, 2010, 235 p.

Babou Igor, Le Marec Joëlle, « De l'étude des usages à une théorie des « composites » : objets, relations et normes en bibliothèque », in Yves Jeanneret, Joëlle Le Marec, Emmanuël Souchier (dir.), *Lire, écrire, récrire : objets, signes et pratique des médias informatisés*, Paris, BPI, 2003, p. 235-299

Cotte Dominique, Després-Lonnet Marie, « La médiation en question(s) : de l'empilement au collapsus, le cas des sites d'information touristique », in Jean Davallon (dir.), *L'économie des écritures sur le web, volume 1 : traces d'usage dans un corpus de site de tourisme*, Paris, Lavoisier, 2012, p. 91-121

Goffman Erving, *La mise en scène de la vie quotidienne. Tome 1. La présentation de soi*, Paris, Éditions de Minuit, 1973, 256 p.

Goffman Erving, *Les rites d'interaction*, Paris, Éditions de Minuit, 1974, 230 p.

Goffman Erving, *Les cadres de l'expérience*, Paris, Éditions de Minuit, 1991, 573 p.

Jeanne-Perrier Valérie, « Les pratiques éditoriales comme moyen d'action sociale sur des corps de métiers : les journalistes soumis aux outils des médias sociaux », in Serge Proulx, Annabelle Klein (dir.), *Connexions - Communication numérique et lien social*, Namur, Presses universitaires de Namur, 2012, p. 101-118

Jeanneret Yves, *Penser la trivialité, volume 1 : La vie triviale des êtres culturels*, Paris, Lavoisier, 2008, 266 p.

Lukasiewicz Claude, *Territoire virtuel, identité réelle : la plasticité identitaire sur Internet*, thèse de doctorat Information et communication, sous la direction de Véronique Richard, Paris, université Paris-Sorbonne, 2009, 622 p.

Millette Mélanie, « Tensions entre production de soi et reconnaissance en ligne: le cas des podcasters indépendants montréalais », in Serge Proulx, Annabelle Klein (dir.), *Connexions - Communication numérique et lien social*, Namur, Presses universitaires de Namur, 2012, p. 135-148

Proulx Serge, Klein Annabelle (dir.), *Connexions - Communication numérique et lien social*, Namur, Presses universitaires de Namur, 2012, 353 p.

