

En/Jeux : communautés

Avec les espaces web de communication comme les médias socionumériques, les forums de discussions, les plateformes de diffusion en continu et différé ou les jeux vidéo, la notion de « communautés en ligne » est passée dans l'usage pour désigner les rassemblements collectifs d'utilisateurs sur Internet. Toutefois, malgré le consensus apparent sur ce qui est entendu par « communauté », la notion s'avère complexe et renvoie à plusieurs réalités, voire peut être instrumentalisée (Fournier, 2016). Les chercheuses et chercheurs en étude du jeu l'ont ainsi abordée sous l'angle des rapports entre l'industrie vidéoludique et les communautés, mais également sur les plans des identités, savoirs, valeurs et langages partagés (Hand et Moore, 2006; Mäyrä, 2008), de la socialisation et des relations entre membres (Egenfeldt-Nielsen et al., 2008; Kobayashi, 2010; Nardi, 2010), de la cocréation de contenus et partage de connaissances (Jenkins, 2006; Pearce, 2009; Hau et Kim, 2011; Poretski et Arazy, 2017), etc.

Dans l'univers du jeu vidéo, la connexion des consoles, les supports mobiles de jeux, les plateformes de ventes dématérialisées de jeux et l'importance croissante associée à la captation de données numériques expliquent en grande partie le passage de l'industrie vidéoludique du jeu-comme-produit au jeu-comme-service. Dans ce modèle économique, les jeux sont en constant développement et la rétroaction des joueuses et joueurs a de plus en plus d'influence sur le développement d'un jeu, alors que les instances de production cherchent à coconstruire leurs produits en s'adaptant aux usages de leurs consommateurs. Pour ce faire, les entreprises doivent plus que jamais comprendre les communautés de joueuses et joueurs afin d'identifier les facteurs d'engagement, les préférences, les modes actuelles ainsi que les tendances à venir.

De leur côté, les joueuses et joueurs, baignés depuis plus de vingt ans dans la culture participative (Jenkins, 2006; Falero, 2016; Keltie, 2017), ont développé des outils et modes de communication, des pratiques, voire des cultures propres à leurs communautés. Des

normes et valeurs régulent ces communautés qui se distinguent plus ou moins des autres communautés de joueuses et joueurs, chacune développant sa propre identité, ses manières de faire, ses habitudes, ses sanctions sociales, etc. Renvoyant à de petits groupes ou à la communauté générale des joueuses et joueurs, les membres s'identifient à un jeu, à un genre ou même à une pratique ludique de façon plus ou moins affirmée, dépendant de leur investissement et implication.

Si la notion de communauté en ligne présente des contours flous, elle dépasse par ailleurs également les frontières des jeux et médias numériques : conventions de jeux, expos vidéoludiques, événements de sport électronique, séances de jeux de rôle en grandeur nature, bars à jeux, etc. sont toutes des occasions de rencontre qui réactualisent, sous une autre forme, les communautés de joueuses et joueurs. Or, comment ces communautés prennent-elles naissance et évoluent-elles? Quelles sont les dynamiques internes et les relations de pouvoir qui y sont identifiables? Comment les normes sociales y sont légitimées et imposées? Quels types de pratique sont engagés? Est-il juste de parler de communautés de joueuses et joueurs ou devrions-nous, dès à présent, référer à des sous-communautés précises?

Sur cette base, le colloque En/jeux aura comme objectif d'alimenter les discussions autour de la notion de communauté de joueuses et joueurs et ce, à partir de cas d'étude, de réflexions théoriques ou d'élaboration de problématiques entourant cette thématique. Nous vous invitons à soumettre une proposition sur l'un des sujets suivants, énoncés ici à titre indicatif sans être exhaustifs :

- Cultures, valeurs, normes des communautés de joueuses et joueurs;
- Pratiques distinctives (speedrun, fan art, etc.);
- Rapports de pouvoir entre joueurs et joueuses;
- Rapports entre les entreprises et les communautés;
- Créations ou exploitations (playbour);
- Identités des communautés;
- Influences du jeu sur le type de communauté;
- Compétitions entre communautés;
- Conditions d'entrée dans une communauté/hiérarchie (newbs/experts);
- Implications/engagements individuel ou collectif;
- Lieux de rassemblement de la communauté (événements, conventions, lieux physiques ou non, etc.);
- Communautés de pratique des jeux de table, jeux de société, jeux de rôle;
- Etc.

Veillez envoyer vos propositions (environ 500 mots) à l'adresse suivante : bonenfant.maude@uqam.ca

CALENDRIER

5 février 2020 : date limite de réception des propositions de communication
Début mars 2020 : notification aux autrices, auteurs à la suite d'une évaluation à l'aveugle 21-22
mai 2020 : colloque à l'Université du Québec à Montréal (UQAM)

CONFÉRENCIER INVITÉ

Vincent Fournier, Ph.D.

Anthropologue et professeur au Département de communication sociale et publique (UQAM)

COMITÉ ORGANISATEUR

Maude Bonenfant, Antoine Jobin, Mathilde Savoie, Élodie Simard, Julien Toulze, Amélie Vallières (UQAM)

RÉFÉRENCES

- Egenfeldt-Nielsen, S., Smith, J. H. et Tosca, S. P. (2008). *Understanding Video Games: The Essential Introduction*. New York : Routledge.
- Falero, S. M. (2016). *Digital Participatory Culture and the TV Audience: Everyone's a Critic*. New York : Springer.
- Fournier, V. (2016). Réflexions anthropologiques sur la définition des communautés en ligne. Analyse comparative de la page Facebook de la SAQ (Sociétés des alcools du Québec) et d'un forum d'amateurs de vin. Communication présentée au Communautés en ligne. Instrumentalisation marketing, résistances », 84e congrès international ACFAS, Montréal.
- Hand, M. et Moore, K. (2006). *Community, Identity and Digital Games*. In J. Rutter, & J. Bryce (dir.). *Understanding Digital Games*. Thousand Oaks : Sage Publications.
- Hau, Y. S. et Kim, Y.-G. (2011). Why would online gamers share their innovation conducive knowledge in the online game user community? Integrating individual motivations and social capital perspectives. *Computers in Human Behavior*, 27(2), 956-970. doi: 10.1016/j.chb.2010.11.022
- Jenkins, H. (2006). *Fans, Gamers, and Bloggers: Exploring Participatory Culture*. New York : New York University Press.
- Keltie, E. (2017). *The Culture Industry and Participatory Audiences*. New York : Springer.
- Kobayashi, T. (2010). Bridging Social Capital in Online Communities: Heterogeneity and Social Tolerance of Online Game Players in Japan. *Human Communication Research*, 36(4), 546-569. doi: 10.1111/j.1468-2958.2010.01388.x
- Mäyrä, F. (2008). *An Introduction to Game Studies Games in Culture*. London: Sage Publications.
- Nardi, B. A. (2010). *My Life as a Night Elf Priest: An Anthropological Account of World of Warcraft*. Ann Arbor : University of Michigan Press.
- Pearce, C. (2009). *Communities of Play*. Cambridge : MIT Press.
- Poretski, L. et Arazy, O. (2017). Placing Value on Community Co-creations: A Study of a Video Game « Modding » Community (p. 480-491). ACM Press. doi: 10.1145/2998181.2998301