

Jouer sur son mobile : entre respect et résistances aux règles prescrites

Catherine Lejealle

TELECOM Paris Tech

Département Sciences Economiques et Sociales (SES)

46 rue Barrault

F- 75634 Paris Cedex 13

Résumé : Les limitations de l'outil, les contraintes de la situation et un gameplay inadapté rendent l'usage du jeu sur mobile complexe et peu ludique. Beaucoup abandonnent ou jouent presque jamais. Ceux qui persistent s'accommodent de ces difficultés car ils y trouvent un autre bénéfice que celui du jeu classique : exutoire aux tensions, il permet d'évacuer le stress, de rythmer la journée, de tuer le temps. Ils bricolent et font avec. Mais sa faible légitimité et sa non inscription dans les autres pratiques culturelles et les réseaux de sociabilité fait qu'il passe inaperçu parfois des joueurs eux-mêmes et permet peu de partage narratif ou d'usages collectifs.

Mots-clés : consommation, jeu sur mobile, résistance, usages, appropriation

Abstract: *The inconvenience of playing with a cellular phone is usually caused by the limitation of the device, by an unsuited gameplay to the user's requirements, as well as by the environmental situation. Most of the users give up soon, others seldom, if ever, play. The ones, who persist in playing hedged with these difficulties, find another advantage than with the traditional forms of play: it works as an outlet of their anger and stress; it upsets the tempo of their day or kills time. Players develop do-it-yourself solutions and accommodate themselves with the circumstances. Furthermore, it is quite impossible neither to share playing experiences nor to play together on the same device. Consequently, this practice is not considered as a legitimate part of the cultural activities nor of sociability networks, the game goes unnoticed even to the users themselves.*

Keywords: *consumption, mobile game, resistance, usage, appropriation*

Lejealle C., (2008), Le téléphone portable dans l'entreprise, grain de sable ou huile dans les rouages ?, Actes du 1^{er} colloque international « *Consommation et résistance(s) des consommateurs* », 28 novembre 2008, IRG Université de Paris 12

INTRODUCTION

En moins d'un demi-siècle, les principaux pays occidentaux dont la France sont passés d'une société de pénurie pilotée par la demande, souvent unique comme dans les années trente, la fameuse Ford T n'existant qu'en noir, à une société de consommation où l'offre est surabondante et les voitures fabriquées à la commande sur personnalisation de l'acquéreur. Dans ce paysage, sans s'être inversé, le rapport de force s'est alors rééquilibré au profit du consommateur qui exprime son avis, avec une prise en compte plus ou moins victorieuse. Ainsi, à travers des mouvements le plus souvent collectifs, parfois militants, le consommateur s'invite à chaque étape du cycle de vie du produit ou service. En amont, surtout lorsque la santé ou la sécurité sont en jeu, le poids des associations de consommateurs peut conduire à modifier l'offre (changement d'ingrédients dans les laits infantiles ou les conservateurs des crèmes de beauté) ou à défaut à compléter les indications figurant sur le produit pour mieux informer le chaland. On a récemment vu un opérateur de téléphonie contraint de démonter des antennes trop proches d'écoles ou d'habitations. Mais la bataille n'est jamais gagnée car les enjeux financiers sont importants. Ainsi, en matière d'OGM, la définition du seuil à partir duquel on indique que le produit en contient reste floue et fait l'objet de vastes débats au niveau européen. Si elles ne fixent pas directement le prix, les associations de consommateurs font pression sur les industriels pour faire baisser des tarifs, comme c'est le cas pour le coût de réacheminement d'un appel depuis un téléphone portable (ci-après mobile) à l'étranger. Les formes de production ont elles aussi parfois pu être modifiées : des entreprises citoyennes sont apparues, mettant en avant comme argument marketing, le non-recours au travail des enfants ou à la délocalisation de leurs centres d'appel mais au contraire le recours à des petits producteurs locaux (Mac Donald, Carrefour...). En aval également, avec la montée des questions de développement durable, les entreprises doivent justifier qu'elles sont sensibles à l'environnement, s'impliquent dans le recyclage de leurs produits et emballages, voire utilisent des moyens logistiques moins polluants. Ceci conduit même certains acteurs de l'énergie comme EDF ou GDF à faire des publicités sur les méthodes d'économie d'énergie lorsqu'ils ne proposent pas des diagnostics gratuits pour réduire la facture.

De nombreux chercheurs se sont penchés sur les usages et par là-même sur les éventuels actes de résistance des consommateurs, proposant comme nous allons le voir une modélisation. D'autres, se sont intéressés aux non consommateurs ou aux abandonnistes, c'est-à-dire aux consommateurs qui pour une raison ou une autre, à un moment donné ne renouvellent pas leur achat. En France, Elisabeth Castro-Thomasset (2000) s'est ainsi posée la question du non usage de la télévision, dans un pays où plus de 90 % des foyers sont équipés et Aurélie Laborde, Nadège Soubiale et Alain Boudoires (2008) celle du non usage d'Internet. Elisabeth Castro-Thomasset postule que dès lors qu'on atteint un tel taux de pénétration, on ne peut plus arguer une impossibilité matérielle ou technique. Sauf peut-être pour les plus de soixante-cinq ans, tranche d'âge qui ne concerne pas l'étude qui nous a été confiée, ces réflexions sont également vraies pour le mobile, artefact qui nous intéresse. L'auteur avance l'hypothèse d'apostat pour expliquer ce non usage, qui s'ancre davantage dans un refus idéologique de ce symbole de la société de consommation. Elle note des discours engagés, presque militants et idéologiques des non usagers, qui rappellent les approches marxistes de Marcuse (1968). Celles-ci dénonçaient l'avènement de la société de consommation et remettaient en cause le système capitaliste. Dès 1970, la thématique des effets pathogènes et de l'impact de la

télévision sur les violences notamment urbaines est très présente dans les travaux surtout nord-américains (Philipps, 1974) puis plus tard, en France (Tisseron, 2000, Barret-Kriegel, 2003). Elisabeth Castro-Thomasset explique qu'il s'agit également pour ces non usagers de résister à la tyrannie de la majorité et au conformisme. Dominique Pasquier (2005) montre que les adolescents et les jeunes ne disposent pas de cette liberté car la cour de récréation et les pairs dictent les lois de ce qu'en matière de mode, de TIC et d'équipements multimédia, il est dispensable de posséder pour être accepté et tout bonnement pour exister. Par ailleurs, résister suppose la reconnaissance d'une domination et donc d'un lien de sujétion, ce que ne reconnaissent que rarement les consommateurs alors que ceci sous-tend les discours militants de ceux qui s'y opposent. Ils accusent notamment les outils de médiation virtuelle (ordinateur et mobile sous toutes les formes de communication : appel téléphonique, courriel, chat, messagerie instantanée, SMS, MMS...) d'isoler dans des bulles autarciques, de favoriser la montée de l'individualisme et de créer un lien de faible valeur. Ceci suppose qu'on prenne comme modèle de référence l'interaction en face-à-face, seule valorisée. Ces discours reposent en effet sur un appauvrissement du lien et de l'échange, c'est-à-dire qu'ils rendent hommage au face-à-face. Au lieu de proposer un modèle complètement, ils mettent l'accent sur le face-à-face et par là même l'élèvent à un statut qu'il n'a pas toujours. Quant à Aurélie Laborde, Nadège Soubiale et Alain Boudoires (2008), leurs travaux sur les résistances, réticences, inquiétudes, questionnements des non usagers d'Internet montrent qu'à côté des facteurs économiques, techniques, géographiques, il faut tenir compte de paramètres sociologiques, idéologiques et cognitifs. La fracture numérique est plus complexe qu'elle n'y paraît. C'est pourquoi ces chercheurs s'appuient sur des champs théoriques issus de la sociologie, de la psychosociologie, des sciences de gestion et enfin des sciences de l'information et de la communication.

PROBLEMATIQUE, METHODOLOGIE ET CADRE THEORIQUE

Problématique et méthodologie

A la demande d'un opérateur de téléphonie mobile, notre propos s'est focalisé sur les usages du jeu sur mobile. Ces jeux sont soit gratuits car livrés en standard sur tout mobile, soit téléchargeables pour trois à cinq euros, soit envoyés gratuitement via Bluetooth ou infrarouge par un proche (parent, ami, collègue...). Le commanditaire cherchait à comprendre comment et pourquoi, des adultes âgés de vingt à quarante-cinq ans jouent mais aussi leurs difficultés et attentes en matière de jeu sur mobile. Pour démarrer et nous imprégner du contexte, nous avons cherché des joueurs sur mobile, explorant une grande variété de modalités de recrutement, interrogeant le réseau relationnel personnel, professionnel et amical et surtout abordant les inconnus dans les transports, les cafés, les Internet cafés, les jardins publics, les salles d'attente de cabinets médicaux, les cinémas, les salles de spectacle, les stades, les lieux de vente de mobiles ou de jeux. Sur ce vivier de quelques cinq cents personnes, nous avons pu rencontrer cinquante adultes qui après avoir regardé les jeux proposés, n'ayant rien trouvé de satisfaisant, ne jouent pas ; trente joueurs très occasionnels (au plus trois fois par an) et huit joueurs réguliers (dix minutes au moins trois fois par semaine). Si ces rares joueurs réguliers nous ont permis de tester une grille d'entretien et de la modifier en conséquence, il nous a paru intéressant de ne pas faire l'économie d'interroger ces abandonnistes et ces joueurs très occasionnels. En effet, ils permettent de comprendre les motivations

du non usage, les difficultés rencontrées et ce qui pourrait éventuellement les faire jouer sur leur mobile. Ils constituent un premier lot d'enquêtés. La problématique consiste à comprendre les raisons qui conduisent ces personnes qui ont un premier a priori positif pour le jeu sur mobile à abandonner cette pratique ou à s'y adonner de manière tellement épisodique.

Par ailleurs, joueurs réguliers et très occasionnels ne se définissent pas comme « joueur ». Il est étonnant que personne ne veuille se définir comme tel alors que presque tous connaissent les jeux et ont essayé un Tetris ou un Casse Briques lors d'un moment d'attente ou pratiquent encore. Même un joueur occasionnel ou régulier ne se dit pas joueur alors qu'il revendique le titre de « joueur de tarot » même s'il n'y joue que deux fois par an pendant les vacances. Le jeu sur mobile est-il une pratique illégitime, honteuse, potentiellement addictive si bien qu'elle conduirait à se maîtriser et à réduire l'intensité de la pratique ? Avec les joueurs occasionnels, outre les raisons de la faible intensité de pratique, un questionnaire supplémentaire a porté sur le sens d'une telle activité « tellement banale et insignifiante » que personne ne dit pratiquer alors que tous ont essayé ou pratiquent encore au moins occasionnellement.

Pour répondre à la demande du commanditaire, nous avons alors fait appel à un cabinet de recrutement qui dispose de larges bases de données de consommateurs et pu interroger quarante adultes qui jouent deux ou trois fois par semaine, ne serait-ce que cinq à dix minutes. Ils constituent un deuxième lot pour lequel le protocole d'enquête est plus lourd. Franciliens, âgés de vingt et un à quarante cinq ans, en répartition homme / femme, ils balayent un large spectre de situations familiales et maritales, de professions et catégories sociales, de moyens de transports (transports en commun, voiture, scooter, vélo, pied...). Ils sont équipés de mobile représentant les parts de marché des trois principaux opérateurs et des constructeurs majeurs (Sony Ericsson, Samsung...). La démarche est inductive avec enquête de terrain qualitative au niveau microindividuel, par conduite d'entretiens compréhensifs en face-à-face. Entièrement retranscrits, ces entretiens sont assortis d'un volet ethnographique qui consiste à observer les usagers en train de jouer, à les photographier, à noter les positions du corps et des doigts, à leur demander de commenter toutes les manipulations et la partie en cours. Nous avons ainsi observé comment les joueurs positionnent leurs mains, à la fois dans des jeux qu'ils connaissent et dans des jeux qu'ils découvrent, lorsque l'enquêteur leur demande d'explorer en sa présence, *hic et nunc*, un jeu qu'ils ne connaissent pas encore. L'enregistrement des cris des joueurs en cours de partie informe sur les différents usages possibles et sur les modalités d'exploitation de l'ergonomie du combiné. En effet, dans un environnement privé où il peut parler à voix haute, sans déranger des tiers, certains joueurs apprécient d'accompagner notamment les jeux d'actions et de vitesse, de commentaires et onomatopées. Nous avons pu constater comment le jeu mobilise le corps dans l'action (couché, assis, debout, en marchant). Le jeu devient une expérience pluri-sensorielle (les doigts effleurent l'écran tactile) qui laisse place à l'imaginaire et à l'interprétation du jeu proposé.

Cadre théorique de l'étude

Afin de rédiger la grille d'entretien et le carnet d'observation des processus d'appropriation des jeux sur mobile, il fallait déterminer de façon aussi exhaustive que possible les thèmes, paramètres précis pouvant influencer sur l'appropriation. Pour

cela, nous sommes partis de différents modèles théoriques à la fois de diffusion, de résistance à une innovation et enfin, d'acceptabilité sociale d'une innovation. Nous nous proposons de résumer brièvement ces différents cadres théoriques qui nous ont été utiles, sachant que notre objectif n'est pas de discuter de leur perfectibilité éventuelle car cela a parfaitement été fait par d'autres, mais de comprendre comment nous sommes arrivés à la grille d'entretien qui figure en Annexe.

La sociologie des usages (Gournay, 1997, Flichy, 1995, Chambat, 1994) nous rend attentive à ce que ces processus sont souvent des phénomènes dynamiques où rien n'est figé, puisque dès lors que les contraintes horaires ou familiales changent, les pratiques évoluent. C'est pourquoi sur le plan de la terminologie, Serge Proulx et Philippe Breton (2002) invitent à adopter « processus d'appropriation » plutôt qu'usage ou pratique qui désignent des utilisations situées envisagées indépendamment sans suite séquentielle. Or, l'utilisateur passe par différents stades. Le processus d'appropriation retrace le parcours dynamique, en fonction de l'évolution de l'outil mais aussi des attentes et des compétences de l'utilisateur et de son réseau social qui peut servir de ressource, pour éclairer un point de blocage ou inciter à essayer un nouvel service ou usage. Le processus d'appropriation permet d'englober les pratiques narratives (dire ensemble), les échanges, les pratiques collectives (faire ensemble) mais aussi la courbe d'expériences, bonnes ou mauvaises qui invitent à poursuivre ou à arrêter dans le processus de découverte, qui donnent confiance en soi ou au contraire, refroidissent. C'est pourquoi nous devons adopter une méthode qui permette de suivre l'entrelacement des usages et le suivi séquentiel des manipulations mais aussi retracer un historique des évolutions des pratiques du joueur en fonction de l'apprentissage et du cycle de vie.

Se pose alors la question du déterminisme technique et de l'importance des notices et des fonctionnalités techniques de l'objet sur les usages réels observés sur le terrain. Dans quelle mesure les caractéristiques techniques influent-elles les pratiques ? Comment les utilisateurs en tiennent-ils compte dans les processus d'appropriation ? L'appropriation d'une cafetière ou d'une moto sera a priori différente de celle d'un mobile car l'engagement corporel, l'investissement symbolique et l'imaginaire engendré ne sont pas les mêmes. Si la notice d'emploi présente les usages imaginés par les concepteurs et donc prescrits, ceux-ci sont-ils un facteur limitant ou au contraire, les utilisateurs vont-ils librement inventer d'autres usages qui peuvent combiner ces usages prescrits et s'en dégager pour laisser place à l'imaginaire ? La sociologie de l'innovation permet de résoudre la question du déterminisme technique en montrant dans le cas des TIC qu'il n'existe pas. Patrice Flichy (2001) réfute le modèle de la diffusion de l'innovation qui supposerait une contamination homogène avec duplication à l'identique. Il n'y a pas de déterminisme technique qui consisterait à nier les usages iconoclastes et personnalisés qui apparaissent. Philippe Breton et Serge Proulx (2002) nous mettent en garde face à la posture épistémologique inverse qui consisterait à postuler qu'il existerait un déterminisme social. Selon eux, il faut tout autant l'écarter que le déterminisme technique : il ne s'agit pas de rapporter l'innovation technologique exclusivement à son cadre social. Il convient donc de tenir compte de la combinaison de ces différents paramètres, à pondérer diversement. Le processus d'appropriation du mobile s'inscrit d'une part, dans une logique d'apprentissage et de connaissance d'autres outils de technologie, d'autre part dans un réseau relationnel en place, dans des modes de communication existants, mais aussi dans un contexte économique, social et politique. Ceci explique l'écart entre les usages prescrits par les

concepteurs et les usages inventés par les utilisateurs. En effet, comme le souligne Patrice Flichy (2001), un nouvel outil n'est jamais parachuté *ex nihilo*. Les pratiques de communication sont intimement liées aux réseaux de sociabilité : familiale, amicale, amoureuse, professionnelles... Elles participent à la construction de la réalité sociale, en s'insérant dans les réseaux interpersonnels existants, dans les systèmes et dans les organisations.

Son adoption s'inscrit aussi dans un cadre de représentations sociales et de normes qui lui pré existent. En terme de représentations sociales, le lien virtuel, nous l'avons indiqué, a moindre valeur que le face-à-face et les usagers en tiennent compte pour réduire ou maîtriser le temps qu'ils passent enrôlés dans des relations virtuelles. Il faut également prendre en compte le réseau de contraintes de situations et les effets de structures (lieux avec leurs règles d'usages, moments, tiers présents). Ni les fonctionnalités techniques, ni les caractéristiques matérielles ne suffisent à elles seules et de façon déterministe à expliquer les processus d'appropriation. Ainsi, l'appropriation d'un nouvel outil se fait-elle souvent de manière imprévisible, avec l'apparition d'effets que Raymond Boudon (1979) qualifie d'imprévus (*unexpected effects*), lors de la conception. Par ailleurs, le sociologue de l'innovation Norbert Alter (2000, 2002) montre que toute innovation (électricité, imprimerie, téléphone) offre de nouvelles opportunités mais présente aussi de nombreux risques, si bien que son introduction et sa diffusion s'accompagnent à la fois de récits messianiques et de rumeurs irrationnelles. Toute innovation suscite généralement deux mouvements opposés, qui vont des grandes attentes aux grandes craintes car l'objet cristallise à la fois les désirs et les peurs individuelles ou collectives. Aussi les « promesses du cyberspace » (Bardini et Proulx, 2000) demandent-elles la mise en place de normes d'usages pour ne pas décevoir les utilisateurs. Et en matière de jeu sur mobile, si elles existent, les normes se mettent progressivement en place et ne sont en aucun cas documentées, conduisant l'utilisateur à inventer le sien.

Le second cadre théorique que nous souhaitons monopoliser concerne plus spécifiquement le champ de l'innovation et la théorie de la diffusion avec des apports d'autres disciplines que la seule sociologie. Le premier modèle de théorie de la diffusion, celui d'Everett Rogers (1995) dont la première version date de 1962, insiste sur le temps que met une innovation pour être adoptée plus largement. Il faut d'une part le relais de leaders d'opinion et des prescripteurs et d'autre part, une accumulation de ventes pour que décolle ce qu'il appelle la courbe en S des actes de consommation. La décision d'achat n'intervient en effet qu'après de nombreuses étapes qu'il faut franchir. Nous retenons dans la grille d'entretien les questions sur les sources d'information (la première fois où ils ont entendu parlé du jeu) et sur la nature du réseau relationnel avec qui il peut y avoir partage narratif d'expériences et échange d'astuces. De plus, Rogers définit ainsi une typologie de consommateurs selon leur appétence pour le produit et la nouveauté : les innovateurs, les adoptants précoces, la première majorité, la majorité tardive, les retardataires. Il souligne que pour adopter un produit, il faut y être positivement sensible, percevoir les bénéfices et faire un acte pro-actif de découverte du produit. C'est d'autant plus vrai dans le cas du jeu qui par définition doit être de libre adhésion, qu'on ne peut imposer. Rogers liste cinq caractéristiques de l'innovation qui peuvent faire pencher la balance favorablement vers l'acte d'achat : l'avantage relatif, la compatibilité (avec les normes et valeurs), la complexité perçue, la possibilité de tester ou de se faire son jugement, la visibilité de l'innovation et de son impact. Nous reviendrons sur ces

caractéristiques pour voir lesquelles manquent éventuellement ou pourraient être améliorées dans le cas du jeu sur mobile.

A côté de ce modèle de diffusion, nous utilisons un modèle de résistance à l'innovation, celui de S. Ram (1987) puis Ram et Jung (1989). Ram met en lumière l'importance de trois autres facteurs que ceux sociodémographiques, à savoir les caractéristiques perçues de l'innovation, les caractéristiques du consommateur et enfin, celles du mécanisme de diffusion. Sur ce dernier point, il reprend l'importance de la communication interpersonnelle qu'exploite le marketing viral, c'est à dire du tiers de confiance qui sert d'initiateur. Le modèle de Rogers nous avait déjà alerté sur ce point. Plus intéressant pour nous, Ram développe ce qu'il entend par caractéristiques de l'innovation : avantage relatif perçu, compatibilité, risque perçu, complexité du concept et de sa manipulation, effet de l'adoption sur les autres innovations, possibilité de tester et d'évaluer l'innovation, transfert de communicabilité, réversibilité et enfin aptitude de l'innovation à évoluer. De cette variable, nous retenons l'importance de la conformité, de la compatibilité de l'innovation avec les normes (le jeu enferme-t-il dans une bulle ?), la complexité, la possibilité de tester et surtout l'importance de la perception par l'utilisateur. Si le bénéfice réel ne peut être appréhendé, le consommateur ne va pas faire l'effort d'explorer plus avant un jeu qui n'est pas indispensable. Ram décline également ce qu'il entend par caractéristiques de l'utilisateur : perception du besoin, motivation à l'adoption de l'innovation, confiance en soi, attitudes et croyances et enfin, résultat de l'expérience innovatrice précédente. Ram souligne le rôle médiateur de l'intention d'usage dans le processus qui se joue avant l'intention d'achat et aussi du poids des expériences précédentes qui vont renforcer ou miner la confiance en soi au regard de sa capacité de comprendre les innovations technologiques.

Par ailleurs, nous reprendrons du modèle d'acceptabilité sociale de Philippe Mallein et Yves Toussaint (1994) l'importance de deux paramètres que sont l'intégration sociale au sens d'acceptabilité par la société et le sens projeté par l'utilisateur. C'est ce sens ou bénéfice projeté qui sera moteur pour vaincre les obstacles rencontrés dans la familiarisation avec l'innovation. La fréquence d'usage est également importante, le registre (professionnel, privé), la valeur ajoutée anticipée et aussi l'accès plus ou moins facile à l'innovation. Nous le verrons, dans le cas du jeu sur mobile, ce paramètre sera important car les étapes d'acquisition du jeu et de découverte posent problème. Comme il s'agit d'un registre ludique et non professionnel, d'usage plutôt hebdomadaire, bien des usagers abandonnent au bout de quelques difficultés.

Il existe aussi tout un champ de théories dites de la structuration qui se focalisent sur l'appropriation par une organisation (entreprise...) en fonction du degré de perturbation de l'innovation puis de sa capacité à régénérer dans un second temps les structures de cette organisation (De Vaujany, 2000, De Sanctis et Poole, 1994). Les théories de la structuration mettent en lumière le lien entre les propriétés institutionnelles de l'organisation, la technologie proprement dit et enfin, son utilisation à travers les différentes actions des individus. Comme ces travaux se positionnent à une échelle plus macro que la nôtre, ils ne nous servent pas directement pour l'étude de l'appropriation par des acteurs individuels. La dimension macro est prise en compte dans notre enquête à travers l'acceptabilité de l'innovation notamment au regard de sa comptabilité avec les normes sociales : est-il légitime pour un adulte en âge de travailler de jouer à une heure où il devrait être au travail ? Quel regard des tiers extérieurs portent-ils sur un adulte qui joue au Casse Brique dans le métro au cours de la journée (alors même qu'il peut être entre deux rendez-

vous professionnels mais eux l'ignorent et appliquent leur grille de lecture) ? Ces regards stigmatisants ou non sont-ils interprétés comme tels au point de conduire à cesser la partie en cours ? Serait-ce pareil s'il s'agissait d'une partie d'échecs, de légitimité supérieure ?

L'IMPOSSIBILITE DE JOUER SUR UN OUTIL LIMITE DANS UN CONTEXTE AUSSI CONTRAINT

Un outil limité et techniquement complexe

Cette brève esquisse de quelques théories de l'innovation et de la diffusion issues de différents champs nous a permis d'établir la grille d'entretien qui figure en Annexe. Abordons à présent les résultats du premier lot d'enquêtés, abandonnistes et joueurs très occasionnels (au plus trois fois par an et seulement à des jeux gratuits sans en avoir jamais téléchargé). Les abandonnistes et joueurs très occasionnels interrogés sont des personnes qui aiment jouer dans l'absolu au point qu'ils ont cherché à jouer sur leur mobile et ont donc eu une démarche proactive. De plus, ils sont équipés d'un tel support de jeu, disposent de jeux gratuits, ne remettent en cause ni la nocivité éventuelle de l'objet ni le prix du jeu mais ne se servent pas de cette fonctionnalité spécifique. La non pratique n'est pas non plus liée à un refus idéologique du jeu mais à une difficulté voire impossibilité de jouer. La question du temps disponible pour jouer n'est pas davantage pertinente dans la mesure où les enquêtés expliquent qu'ils ont des moments de pause ou d'attente contraintes, des temps morts que le jeu pourrait remplir. Nous allons montrer que le candidat au jeu sur mobile est confronté à trois obstacles majeurs qui rendent l'usage du jeu pas si ludique que cela et conduisent à y renoncer : un outil à la fois techniquement complexe et limité, un contexte d'usage qui induit des contraintes et enfin un gameplay peu passionnant et mal adapté aux besoins.

Les limitations du support qu'est le mobile sont en effet nombreuses : écran de taille réduite et de contraste faible, clavier minuscule, mémoire limitée compliquant le téléchargement, batterie rapidement vidée par les usages ludiques fortement consommateurs. Pour évaluer la facilité d'usage du jeu, ces usagers prennent comme référence l'ordinateur, qu'ils s'en servent pour jouer, surfer, regarder un contenu multimédia ou dérouler une suite d'actions. Le jeu doit être convivial, facile, transparent et ergonomique. Mais en matière d'écran, les faibles performances de celui du mobile ne permettent pas d'offrir des jeux au graphisme sophistiqué comme ceux sur ordinateur ou console et peuvent frustrer. Les gameplay basiques tels que Casse Briques et autres courses de voitures ne semblent pas suffisamment passionnants pour ces usagers qui stoppent alors ici leur tentative de jouer sur mobile. De plus, pour ceux qui persistent, ils constatent qu'en cours de déplacement, il faut adapter l'inclinaison du mobile pour suivre constamment les évolutions de la luminosité. Dès lors que le contraste n'est plus suffisant, le joueur ne distingue plus ce qui se passe sur l'écran. Le jeu perd alors son intérêt. Comparé à un joystick ou à un clavier d'ordinateur, le clavier présente lui aussi une manipulation difficile qui peut rebuter. Sauf s'ils constituent également des outils de travail, les PDA (personal digital assistant) avec stylets sont à cet égard de meilleurs supports de jeu et constituent une concurrence forte. En effet, un outil de travail est précieux et doit être ménagé : pas question de rayer l'écran en jouant. Ce n'est pas un jouet. Le blocage rencontré ici est celui de l'adéquation de l'usage à la norme. La légitimité du jeu sur un outil de travail n'est pas acquise si bien que les enquêtés, quel que soit leur

statut, évitent de jouer sur les PDA ou mobiles professionnels ou réduisent leur fréquence d'usage.

Autre limitation du mobile, sa mémoire limitée invite à arbitrer entre contenus : faut-il sacrifier des photographies ou un morceau de musique pour installer un jeu ? Aussi, ce lot d'usagers s'est-il cantonné aux jeux gratuits livrés en standard. Enfin, fort consommateur de batterie, le jeu entre en concurrence avec la joignabilité. Lorsqu'il ne lui reste plus assez de batterie pour terminer sa journée et rester joignable, le joueur régulier peut renoncer à jouer encore ou à jouer tout simplement. On comprend que les abandonnistes ou les joueurs très occasionnels y renoncent encore davantage. Par ailleurs, lorsqu'il a suffisamment de batterie pour poursuivre le jeu, se pose alors un nouveau problème. Le mobile est d'abord un support de communication et donc un téléphone : l'entrelacement d'usages de communication et d'usages ludiques n'est pas transparent. Les appels et réceptions de messages (SMS, MMS) sont prioritaires, interrompant l'activité ludique, sans qu'il soit toujours possible de revenir automatiquement à la situation dans laquelle l'utilisateur se trouvait. Il a perdu la partie en cours et doit la réinitialiser en repartant à zéro.

Les contraintes du contexte

Ces limitations du support exposées, intéressons-nous à celles du contexte. Il est défini comme un lieu, un moment, une durée de jeu disponible, des tiers présents connus ou non qui participent ou non au jeu, une autre activité qui se déroule en parallèle. Ces contextes peuvent être à la fois mobiles, nomades et non immersifs. C'est là que réside la grande différence avec les autres formes de jeu : cet usage ludique n'est plus nécessairement une activité séparée dans le temps et l'espace, comme le définissent Johan Huizinga (1938) puis Roger Caillois (1958). Cet usage situé induit des contraintes sur le gameplay, notamment la nécessité de pouvoir fragmenter les parties et de gérer les interruptions pour répondre à un tiers présent ou changer de métro. Or, ces contraintes sont rarement prises en compte par les éditeurs de jeu : pour gérer les interruptions, il faut bien souvent accepter de perdre la partie en cours. On se retrouve dans la situation de l'appel téléphonique qui coupe le jeu. Autant de difficultés qui font que pour les abandonnistes et les joueurs très occasionnels, le mobile n'est pas un support adapté au jeu.

Par ailleurs, le regard que posent les tiers inconnus qui observent l'adulte jouer en pleine journée, aux heures de travail est perçu comme stigmatisant. Qu'il le soit réellement importe peu. Les usagers ont intériorisé des normes sociales de légitimité des pratiques et mesurent consciemment ou non « ce petit jeu débile » pratiqué en solo à l'aune de sa valeur sociale : dans la hiérarchie des pratiques culturelles, il vient à des kilomètres derrière la lecture, les jeux collectifs et les jeux éducatifs. Certains usagers du lot 1 comme du lot 2 cessent de jouer dans les lieux publics au vu des regards que leur portent les inconnus ou changent de jeu. Ils passent d'un jeu de vitesse à un jeu de réflexion qui selon eux, vu de l'extérieur peut passer pour la rédaction d'un SMS.

Par rapport aux modèles théoriques exposés, nous constatons que l'usabilité, la maniabilité, la facilité d'accès et la compatibilité aux normes posent problèmes. Ces difficultés conduisent à renoncer ou à limiter la fréquence d'usage à trois fois par an au plus, dans les situations désespérées de longs trajets en train ou d'attente exceptionnellement longue, en solo. Le jeu relève davantage d'un parcours du combattant car les difficultés rendent l'usage moins ludique que prévu. Les usagers

du lot 1 cherchaient une activité avec les caractéristiques des jeux déjà connus et ne les ont pas trouvées. Le bénéfice attendu ne se concrétise pas. Au lieu d'y trouver une source de plaisir et de détente, ils se trouvent empêtrés dans une complexité technique et dans une activité qui ne leur paraît pas faite pour être pratiquée en mobilité. Le premier lot d'enquêtés espérait remplir les temps morts et considérés comme perdus (déplacement, attente) par un jeu. Ils reviennent alors au magazine gratuit distribué dans les transports, à leur programme télévisé ou au magazine qu'ils transportent avec eux, à la grille de sudoku ou tout simplement à l'attente « sans rien faire ».

COMMENT LEVER LES DIFFICULTES POUR POUVOIR JOUER SUR SON MOBILE ?

Pallier les limitations du support

Les raisons qui poussent abandonnistes et joueurs très occasionnels à renoncer à jouer concernent les limitations du support, l'inadéquation du support au contexte de jeu et enfin, le faible intérêt des gameplay. Le bénéfice attendu n'est pas au rendez-vous. On est alors amené à se demander comment font les joueurs réguliers ? Rencontrent-ils également ces difficultés et si oui, comment les lèvent-ils ? Pourquoi dès lors que les gameplay sont si pauvres et peu passionnants, persistent-ils à jouer avec l'intensité et la régularité que l'on observe ?

Interrogés en cours de partie sur les limitations du mobile, les joueurs réguliers confirment qu'ils les perçoivent mais ont fini par s'en accommoder. Ces limitations sont acceptées dans la mesure où le support n'est pas dédié au jeu comme le sont les autres supports de jeux (Game Boy, damier) mais offre ce bénéfice comme un supplément non prévu lors de l'achat. Il doit rester un téléphone et un outil de communication, voire un outil de travail où le jeu intervient en cerise sur le gâteau, notamment pour meubler en attendant un appel téléphonique sur ce même support. Par conséquent, le fonctionnement doit rester simple et la téléphonie prioritaire. L'ergonomie, le poids et la compacité (écran petit) ne doivent pas être impactés par l'ajout de fonctions ludiques. La principale raison de cet accommodement est que la fonction ludique est considérée comme un plus qui offre la liberté de jouer ou non. La réversibilité étant immédiate, essayer n'engage à rien. Ce frein potentiel exposé dans les modèles théoriques ne se pose pas. Les contextes de jeu sur mobile sont des contextes où ils n'ont de toutes façons pas accès à d'autres ressources qui apporteraient davantage de bénéfices. Dès lors qu'une ressource plus confortable (ordinateur, console) se libère ou qu'un tiers devient disponible pour une activité collective (aller au cinéma, dîner, aller se coucher), le joueur arrête de jouer sur mobile. Ainsi, le temps passé à jouer sur mobile ne se substitue pas aux temps passés aux autres formes de jeu mais s'y ajoute. A ces moments-là, l'utilisateur « ne faisait rien. J'étais seul. C'était du temps mort, perdu à attendre ou à m'ennuyer. » Le jeu comble alors un moment de vacance en occupant les mains à défaut de distraire. Le jeu apporte un gain relatif supérieur à l'attente sans rien faire. Il fait diversion. Il permet aussi à certains d'éviter de se ruer sur le chocolat et de passer le stress sur un artefact technique. Dans ces contextes de mobilité et de nomadisme (aux toilettes, attente dans le stade avant le match, attente dans une administration ou un cabinet médical, attente devant la photocopieuse ou la machine à café), l'utilisateur peut alors sans remords jouer. Ce sont les caractéristiques techniques du mobile qui permettent cette extension des contextes de jeu : transportable, gratuit, toujours

porté sur soi. Le mobile devient une ressource supplémentaire pour gérer le partage du temps et de l'espace. La contrepartie est qu'il est limité.

Par ailleurs, certaines limitations sont transformées en avantages : certes, l'écran est petit surtout comparé à celui de l'ordinateur mais discret, il passe inaperçu et permet au bureau ou dans une salle d'attente, de jouer en faisant croire aux autres qu'on rédige un SMS. Au lit, le jeu peut se pratiquer sans déranger la conjoint qui dort à côté contrairement à la lecture pourtant plus légitime que le jeu qui nécessite d'allumer la lumière. Par ailleurs, pour d'autres, ce petit écran conjugué au faible intérêt des gameplay protégerait de l'addiction. Aucun risque de rester derrière l'écran à jouer deux jours à la suite comme ils le font sur ordinateur ou à regarder un week-end entier enfermé chez soi, une saison entière d'une série. Ces usages situés apportent une légitimité à un usage qui ne l'est pas toujours.

Ceci les conduit à donner de plus amples explications sur les raisons qui les motivent à jouer : l'activité n'a pas toujours le sens classique du jeu. En effet, ils ont découvert d'autres bénéfices que celui de jouer comme ils le font par ailleurs de façon classique pour le plaisir et l'amusement. Le jeu sur mobile peut servir d'exutoire aux tensions, d'apaisement moteur (Memmi, 1979) pour gérer le stress du tiers en retard (conjoint, collègue), de l'attente ou du retard dans les transports. Il accompagne ou remplace la cigarette grillée en solo ou la barre chocolatée avalée pour canaliser son énervement sur un objet et non sur le tiers incriminé. Le jeu est alors mobilisé au service de l'entretien du lien social. Pratiqué en solo, il permet de se ménager des moments pour soi, de faire une pause déjeuner seul ou de s'isoler dans les transports pour ménager la gêne de la promiscuité. Dans la nuit, le jeu sert de remède à l'insomnie. Il s'insère dans des durées courtes, ne demande ni déballage ni déplacement, contrairement à bien d'autres jeux. Il ne coûte rien et est à porté de main. Enfin, les rituelles parties le matin avec le café ou le soir avant le coucher servent de propédeutique à l'endormissement et rythment la journée. Le jeu scande et articule les activités en servant de sas de décompression. Le jeu ressource, vide la tête et sert de transition entre deux temps sociaux, entre deux dimensions de l'identité (professionnelle et privée). Dans ces cas, un jeu basique et simple comme ceux des enfants est nécessaire et recherché. On comprend alors pourquoi ces joueurs réguliers acceptent des gameplay moins sophistiqués que ceux sur ordinateur ou que les jeux de plateau et que ceci ne remet pas en cause les moments où ils y jouent.

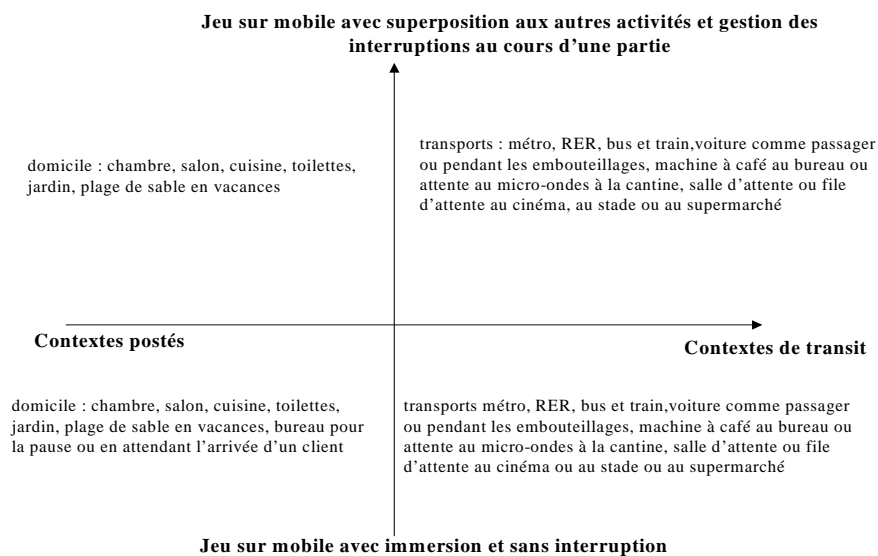
Par ailleurs, le sens du jeu sur mobile étant différent du jeu collectif et souvent festif (soirée au casino, partie de Monopoly pendant les vacances des enfants), il passe inaperçu. Il s'invite en mobilité et au travail, n'étant plus une activité spatialement et temporellement isolée donc facilement identifiable comme telle. Il se pratique n'importe où et n'importe quand, si bien que ses frontières sont floues et qu'il n'est alors pas toujours identifié comme tel. Les enquêtés constatent après avoir rempli à notre demande un carnet de bord qu'ils jouent finalement plus qu'ils ne le pensaient et dans d'autres contextes que les seuls déplacements en transports en commun. Ils reprennent l'image des gens qui grignotent toute la journée et qui ne font jamais de vrais repas, s'étonnent de grossir mais en fait, mangent tout le temps de petites quantités, ne s'assoient jamais pour manger. Or, comme dans les représentations de ces personnes fortes, manger est synonyme de s'asseoir, puisqu'ils ne s'assoient pas, c'est comme s'ils ne mangeaient pas. C'est pourquoi dans le cas du jeu sur mobile, peu d'usagers pensent à ces moments comme à des moments de jeu et ne se disent pas joueurs. Ce n'est pas qu'elle soit illégitime ou honteuse mais plutôt

sporadique, étalée dans le temps et l'espace, si bien que la pratique passe inaperçue des proches mais aussi du joueur lui-même. Il gardera davantage en mémoire des parties de Monopoly en famille ou une soirée festive au casino. Il s'agit d'une autre forme de jeu, hybridation utilitaire et distrayante d'un service conçu pour être ludique. Par conséquent, on comprend que les usagers du lot 1 aient renoncé car ils cherchaient une pratique amusante et distrayante alors que l'usage situé apporte souvent un bénéfice autre que celui projeté initialement.

Pallier les contraintes de la situation

S'ils s'accommodent des limitations du support, compte tenu des bénéfices retirés, comment lèvent-ils ou atténuent-ils les contraintes de la situation ? Les observations sur les joueurs réguliers (lot 2) montre qu'en effet le jeu sur mobile se pratique à la fois dans des lieux postés ou de transit, en immersion ou en parallèle d'autres activités (mobilité, attente, travail).

Figure 1 : Les lieux de jeux sur mobile, avec immersion ou superposition



Ils doivent donc gérer les tiers présents et l'éventuelle autre activité qui se déroule en parallèle (descendre du bus, répondre au conjoint, surveiller le repas ou son enfant). L'observation montre que lorsque la gestion des interruptions n'est pas prévue (pas de fonction pause), les joueurs perdent leur partie mais dans bien des cas, l'autre activité qui s'amorce ou reprend le premier plan est plus importante : terminer une course de voitures est moins important que de rentrer chez soi le soir ou que voir son enfant sortir de l'école. Le jeu pratiqué en l'attendant, assis dans la voiture n'est qu'une façon de passer le temps, de tuer un temps mort. Ils abandonnent le jeu pour une activité plus intéressante.

Par ailleurs, pour éviter de devoir trop souvent interrompre une partie, les joueurs classent les contextes en deux, en fonction de la durée de jeu dont ils pensent disposer. Les uns simples, les autres complexes, qu'ils qualifient respectivement de « jeux prêts à l'emploi » et de « jeux des *Mille et une nuits* », en référence à la

femme prisonnière qui devait inventer chaque soir une nouvelle histoire pour survivre. Ainsi, s'ils pensent avoir cinq à dix minutes, optent-ils pour un jeu simple et court alors que s'ils doivent s'occuper pendant une heure de train, ils iront vers un jeu complexe qui peut durer longtemps. Ils veilleront donc à avoir en permanence un assortiment de trois ou quatre jeux sur leur mobile afin de pouvoir opter pour celui qui permettra de s'insérer dans leur contrainte temporelle. Il faut d'abord des jeux simples, pas prise de tête, qui prennent cinq minutes, pour jouer par-ci par-là quand ils ont un moment, des jeux qui ne durent pas des heures mais uniquement le temps d'arriver à leur station de métro ou le temps que la machine à café prépare leur boisson. Ces usages doivent s'insérer dans un court laps de temps, entre deux activités (pendant les publicités à la télévision) ou/et en mobilité. Les joueurs doivent pouvoir démarrer ces jeux facilement sans un long apprentissage des règles. S'ils demandent des jeux simples, ils souhaitent également disposer de jeux plus sophistiqués qui exigent un temps d'apprentissage parfois long et se renouvellent à chaque partie (jeux de cartes, nouveau décor ou couleurs). Ces jeux correspondent aux contraintes d'un contexte différent. Les enquêtés qui jouent beaucoup et sur des durées longues sont confrontés à une autre problématique : il faut renouveler l'intérêt d'un jeu pour poursuivre la session comme l'héroïne des *Mille et une nuits* et remédier à la lassitude.

LES AUTRES TRIBULATIONS DU PARCOURS DU JOUEUR

L'étape d'acquisition du jeu

Forts de ces deux attentes, comment procèdent les joueurs pour trouver à la fois des jeux simples et des jeux complexes ? Nous nous sommes alors focalisés sur l'étape d'acquisition du jeu notamment par téléchargement et constaté *in situ*, que l'usage situé est un parcours semé d'autres embûches que celles déjà citées. Ils doivent aller sur les sites des opérateurs, dont la vision est techno-centrée, basée sur les quatre méthodes d'accès possibles (SMS, vocal, WAP, téléchargement) puis, si le site le prévoit, le type de combiné. En effet, à chaque type de combiné correspond une gamme de jeux possibles. L'utilisateur se dirige alors vers la rubrique téléchargement. Il est alors confronté à une liste de noms souvent inconnus et en anglais. Or, pour trouver des jeux prêts à l'emploi, ils réclament des jeux connus dont ils maîtrisent les règles, n'auront alors ni à en lire ni en à comprendre de nouvelles. Mais en pratique, ils ne les trouvent pas et découvrent des imitations qu'ils qualifient de « version Canada Dry qui ressemblent à Tetris mais qui ne sont pas les versions authentiques ». Faible expertise technique et linguistique ou pas, les joueurs se sentent piégés par cet outil qu'ils ont le sentiment de ne pas maîtriser et vont jusqu'à fantasmer une conspiration des opérateurs. Ils pensent en effet que les opérateurs ne voulant pas verser de droits d'auteur proposent alors des imitations de jeux connus plutôt que les originaux.

Beaucoup de noms ne leur disent rien ou sont en anglais. Or, beaucoup de joueurs ne maîtrisent pas l'anglais ou ne comprennent pas le sens du nom : « Bubbling balls, ça veut dire bulle et balle donc je ne suis pas plus avancée. » Qu'ils ne comprennent aucun nom ou qu'ils ne leur évoquent rien de connu, pour ne pas repartir sans rien, certains joueurs se raccrochent à un mot qu'ils connaissent et qu'ils relient à leur vie personnelle ou professionnelle : tel maître nageur interrogé a opté pour le jeu « sky diver » qui veut dire plongeur. Si les noms attribués par les éditeurs n'en font pas rêver certains, d'autres trouvent au contraire dans les noms qui sont proposés, un terrain d'épanouissement à leur l'imaginaire. « Je l'appelle le jeu du tapis volant. Je

n'ai pas compris le nom. J'y joue dans le métro, le soir en revenant de mon travail, avant de m'attaquer aux tâches ménagères. Je rêve, je m'imagine emportée sur un tapis volant avec un vizir et Aladin dans un pays lointain ensoleillé. Mais, ça c'est moi qui me le dis. Ce n'est pas dit. Je me fais mon petit cinéma. Je me vois comme une princesse orientale. » Qu'ils en frustrent certains ou permettent au contraire à d'autres de laisser leur imagination vagabonder, les noms inconnus en anglais reflètent l'inadéquation de l'offre car initialement le joueur avait en tête un jeu ou un type de jeu qu'il voulait télécharger. Ainsi, ils sont déçus voire frustrés. Pour tous ceux qui arrivent à la franchir, cette étape de choix du jeu à télécharger n'est pas facile.

Mais le parcours n'est pas terminé. Une fois un jeu sélectionné, les usagers peuvent être confrontés à quatre autres freins au téléchargement, deux d'ordre technique et deux d'ordre financier. La taille mémoire nécessaire n'étant pas indiquée, si bien que la place à prévoir pose problème. La mémoire restante sera-t-elle suffisante ? Pourra-t-on facilement supprimer le jeu s'il ne plaît pas ou si on s'en lasse ? Second problème technique, la compatibilité du mobile est incertaine. Enfin, le coût global ne semble pas explicite : comprend-t-il la connexion WAP ? En matière de moyen de paiement, pourquoi faut-il donner son numéro de carte bleue si le montant est prélevé par l'opérateur ? L'effort qu'il faudrait faire leur paraît incompatible avec une logique ludique. Dans un contexte professionnel, les enquêtés expliquent qu'ils le feraient sans doute mais pas pour un jeu, qui doit rester un moment de détente et d'évasion. L'opération doit être simple et le jeu prêt à l'emploi. L'observation des joueurs lors de cette étape montre le nombre de questions qui restent sans réponse. Ne se sentant pas compris, les joueurs abandonnent l'opération. *De facto*, le téléchargement est une pratique moins diffusée qu'elle pourrait l'être.

Pour disposer d'autres jeux que ceux gratuits livrés en standard et éviter le téléchargement, les joueurs trouvent des manœuvres de contournement. Ils peuvent emprunter le mobile d'un proche (conjoint, collègue, frère) ou acquérir gratuitement le jeu par échanges avec ces proches via Bluetooth ou liaison infrarouge. Ceci présente un avantage supplémentaire : si la plupart des parties se font en solo, l'échange de jeux permet le partage narratif, apportant ainsi une dimension collective qui manque souvent. D'autres solutions sont également possibles comme télécharger à chaque fois la version de démonstration ou profiter de deux mois d'essais gratuits pour télécharger un maximum de jeux. Ces pratiques très répandues sont moins motivées par l'économie financière que par la facilité d'exécution. Sur le plan théorique, nous observons que les paramètres problématiques sont : l'accès qui est trop complexe, la possibilité de tester quasi inexistante et le bénéfice attendu trop faible au regard de l'effort demandé.

L'usage situé : comprendre des règles elliptiques ou inexistantes

Face aux difficultés de téléchargement, les joueurs disposent des jeux gratuits livrés en standard avec tout mobile et de jeux qu'ils ont téléchargés à l'aveuglette en ignorant le principe. Reste à aborder l'étape de découverte du jeu et de compréhension des règles. Mais ils se heurtent alors à une limitation matérielle du mobile qui demande de faire figurer dans un même format texte réduit, l'exposé des règles et la manipulation des touches. Si l'exposé des règles du Monopoly peuvent s'étaler sur plusieurs pages de papier, dans le cas du jeu sur mobile ces différentes informations doivent tenir en un ou deux SMS. Tel enquêté ne discerne pas de quoi

parle le jeu, ne reconnaissant pas à l'écran s'il s'agit d'une « bille ou d'un bonhomme » ou pour un autre jeu, s'il s'agit « de haricots ou de pots ». Ayant regardé l'exposé des règles, l'Aide en ligne ou encore le nom du jeu pour obtenir des pistes de réponse, il a uniquement appris que « pour aller en haut, il faut appuyer sur 2 et pour aller à gauche sur 3 mais je ne sais toujours pas pourquoi ni de quoi il s'agit. » Si certains abandonnent, ce joueur invente les pans manquants pour combler les zones d'ombre qui persistent, se créant son propre film et donnant sa propre réception du gameplay. Loin d'être pour lui une source de frustration, ce flou laisse une place à l'imaginaire. Mais ces pratiques sont rares car le bénéfice attendu est plus fréquemment de se vider la tête, de ne penser à rien et de faire une pause avec un jeu mécanique et simple et non mobiliser le cerveau.

Dans ces logiques d'usage, l'imaginaire puise dans les zones d'incompréhensions ou d'ombres du jeu, en réaction ou par sérendipité. Une autre modalité qui n'émane pas nécessairement du gameplay mais à l'initiative du joueur consiste à utiliser le jeu autrement que ce qui est prévu par les éditeurs, à le détourner de l'usage conçu par les éditeurs. C'est le cas du joueur qui remplit sa grille de Loto en se servant du tirage aléatoire des billes d'un jeu sur mobile ou encore de ces enquêtées qui mesurent leur chance du jour ou la probabilité d'appel de l'être aimé, en fonction de leurs performances à un jeu. « Je m'invente mes règles. Ça me sert à savoir si j'aurai de la chance aujourd'hui. Je suis superstitieuse. Dans le RER en venant, je me disais : « Si tu arrives à passer le niveau 1 avant d'arriver à Paris, tu auras de la chance aujourd'hui ». Ça me fait plaisir d'avoir de la chance ce jour là. Il y a des jours où j'en ai. C'est aussi pour ça que je change régulièrement de sonnerie, pour me porter bonheur. On ne m'appelle presque jamais mais je me dis que si j'ai une nouvelle sonnerie, mon mari ou mon fils vont m'appeler plus ». L'imaginaire coexiste très bien avec le rationnel, dans la mesure où le joueur sait qu'il joue et qu'il s'agit d'une fiction mais aussi parce qu'il invente des usages cohérents, rationnels avec une logique narrative. Ainsi lorsqu'il ne comprend pas ce que l'image représente, il part de la forme indéterminée (un rond, un carré) pour en déduire ce que cela pourrait être. Il n' imagine pas que le rond noir puisse être un éléphant rose et reste dans le domaine du possible. On voit alors à l'œuvre comment le rationnel et l'imaginaire se combinent pour aboutir à une construction complexe.

Enfin, une troisième façon de jouer autrement que selon les modalités imaginées par les concepteurs consiste à comprendre comment le jeu est programmé. « J'ai développé toute une stratégie pour vider les cases au plus vite. J'essaie de trouver des subtilités. C'est ça qui est marrant et me permet de jouer des heures. » ; « J'essaie de comprendre comment c'est programmé et comment gagner plus vite. Je cherche des martingales. Je me fiche de gagner ou de perdre. J'essaie de tester toutes les possibilités de mise pour comprendre comment la machine fonctionne. Je teste d'abord avec 100 puis 500 puis 1000 pour voir si les gains sont en rapport. Une fois que j'ai déconstruit la mécanique, je change de jeu. Je me fiche de perdre. Ce qui m'intéresse, c'est de comprendre ce que la bête a dans le ventre. » Cette modalité permet également de gérer la frustration du jeu en solo « contre la machine et pas contre un humain. Un humain, il a ses humeurs et en fonction des jours, il ne jouera pas de la même façon. C'est ça qui est intéressant quand tu joues toujours contre la même personne et pas seulement au Poker. Tout est dans le mental et la relation mais là, comme je suis réduis à jouer contre la machine, je m'amuse à la tester. Au Tarot, elle commence toujours par faire la chasse au Petit. C'est toujours la même stratégie. Maintenant je le sais donc je lutte contre. Et (rires), ça la déstabilise la

machine. Il me faut du temps pour comprendre comment elle est programmée mais je préfère jouer contre de l'humain car il y a différentes stratégies et pas nécessairement de logique à tous les coups.» La prise de distance notamment en déconstruisant le jeu constitue une autre forme d'appropriation qui permet de s'accommoder des problèmes de compréhension du jeu ou des limitations. Ceci se traduit par des discours plus ou moins ironiques à l'égard de la programmation et de la machine, soulignant la supériorité de l'humain. En ne jouant jamais selon les modalités conçues par les éditeurs, l'utilisateur se réapproprie un outil qui semble parfois le dépasser. Il se rassure ainsi, restaurant également le caractère ludique du jeu que la complexité technique avait estompée.

CONCLUSION

Cette enquête sur les processus d'appropriation du jeu sur mobile apporte quelques informations sur les difficultés rencontrées par beaucoup d'utilisateurs munis d'un mobile et donc de jeux gratuits livrés en standard avec le combiné. Les limitations de cet outil, la faible pertinence des gameplays et les contraintes de la situation conduisent bien des utilisateurs à devenir abandonnistes ou joueurs très occasionnels. Ils ne remettent ni en question la nocivité de la pratique (ondes pour la santé) ni le prix du jeu (celui-ci étant gratuit pour au moins les cinq qui s'y trouvent nativement) mais la facilité d'accès, l'usabilité, la possibilité de tester rendent l'usage complexe et peu ludique. Le bénéfice attendu n'est pas au rendez-vous.

De plus, le jeu pour l'adulte aux heures de la journée n'est pas une pratique légitime comme peuvent l'être la lecture, les mots croisés ou l'écoute musicale. Aussi, percevant des regards qu'ils interprètent comme stigmatisants, bien des utilisateurs cessent de jouer dans les lieux publics et comme au domicile, ils ont d'autres sollicitations ludiques ou non qu'ils jugent plus intéressantes, ils ne reviennent pas sur la pratique. Cette légitimité pourrait être acquise si le jeu sur mobile s'inscrivait dans les réseaux de sociabilité et était relié aux autres pratiques culturelles comme le sont les autres formes de jeu, notamment vidéo. Comme par ailleurs, la pratique est souvent solo, les joueurs ne peuvent partager cette expérience et ce loisir avec leurs proches. Le jeu sur mobile devient alors une pratique périphérique dont on ne peut pas parler autour de soi, si bien que les proches ignorent qui jouent et que le joueur lui-même ne se considère rarement comme joueur. La pratique pourrait être collective si elle tenait compte des réseaux de sociabilité existants. Or, elle fait cavalier seul. Le gameplay n'est pas davantage relié aux autres pratiques culturelles que sont la lecture, le cinéma et surtout plus populaire et répandu, la télévision ou le sport. Si les jeux vidéo ou les jeux gratuits proposés par des industriels (Mac Donalds et le Uno) ont un tel succès, c'est aussi parce qu'ils reprennent des héros existants (ceux de Tom Clancy, James Bond, The Mask...) déjà dans des livres ou des films et surtout des séries, des célébrités people (Paris Hilton) ou champions sportifs et des événements sportifs (Fifa). Avec du co-branding, ils ont un effet de levier car bénéficient immédiatement de la notoriété dans l'imaginaire du consommateur et réactivent une mémoire connue (personnages de Walt Disney). Par ailleurs, la publicité faite par les proches qui servent alors de prescripteurs est immédiate.

Ces freins à la pratique peuvent donc être levés afin que le jeu sur mobile soit une pratique ludique intégrée dans l'espace social et participant à sa construction. Il n'en reste pas moins que certains utilisateurs apprécient les jeux en l'état actuel et

s'accommodent des limitations de l'outil et des contraintes du contexte. Ces joueurs y trouvent *in fine* un bénéfice autre que celui projeté : le jeu n'est pas ludique mais sert d'exutoire aux tensions, d'apaisement moteur, d'outil de gestion du lien social. Il permet aussi de scander la journée avec des rituels qui articulent différentes activités ou différentes dimensions de l'identité du joueur. Sa pratique en solo offre des moments pour soi, ressource au calme, dans une bulle parfois régressive comme l'enfant qui joue. Le jeu permet également de rêver, d'inventer les règles et de laisser une place à l'imaginaire. Autant de raisons de jouer qui demandent de dépasser les difficultés initiales.

Ayant analysé cette enquête au regard de quelques théories de l'innovation et des résistances des consommateurs à une innovation, pouvons-nous reprendre le modèle d'analyse des formes de résistance élaboré par Dominique Roux (2005). Après une brillante synthèse des différents travaux sur le sujet, il distingue deux cibles de cette résistance : les organisations et la consommation. Dans le cas du jeu sur mobile, il ne s'agit pas d'un mouvement idéologique, militant, individuel ou collectif. On ne reconnaît pas de rapport de domination dans la mesure où le jeu peut être gratuit. La faible légitimité de la pratique, son faible bénéfice et enfin sa non inscription dans les réseaux sociaux ne vise que rarement les firmes. Les discours anti-firmes sont rares et prononcés sous le coup de la frustration de ne pas trouver le jeu attendu. Mais cela s'arrête là.

Dominique Roux propose ensuite d'analyser les tactiques de résistance selon quatre dimensions. La première concerne le niveau de conscience. Ici, la résistance est plutôt tacite, pré-consciente, nichée au cœur des micro-pratiques, incorporées (Warnier, 1999). L'entretien les a fait verbaliser mais il n'est pas certain que les acteurs en soient aussi conscients que cela lorsqu'ils jouent. Ils s'en accommodent plutôt, y trouvant un autre bénéfice que celui escompté au départ. Secundo, le degré d'individualisation est clairement individuel pour les raisons explicitées plus haut. Les modalités de jeu non prévues par les concepteurs ne relèvent pas de stratégies mais plutôt de bricolage (De Certeau, 1980), de ruses opportunistes, d'accommodements. On est dans le domaine de la sérendipité, ce hasard, cette découverte provoquée par une disposition d'esprit qui consiste à rebondir sur les conséquences d'une aventure, d'une rencontre, d'une recherche, d'une expérience. C'est une démarche heuristique, par observation d'erreurs successives et d'anomalies. Le joueur accumule un savoir-faire développé empiriquement par le fruit de bonnes et mauvaises expériences. Enfin, le niveau de bruit est faible, pour des raisons de faible enjeu. Le jeu n'impacte ni la santé ni le porte-monnaie et est réversible, de libre adhésion. Le niveau de violence est plutôt expressive avec l'évitement (ne pas télécharger mais échanger via Bluetooth), le détournement (utiliser le jeu pour remplir sa grille de Loto) et le contournement (comprendre comment le jeu est programmé). C'est une façon de décharger l'agressivité liée à la frustration d'attentes non entendues par les concepteurs. Mais ceci n'exclut pas une insatisfaction profonde éventuelle car les abandonnistes avaient tous essayés sans y être invités. Ils avaient cette envie de jouer mais n'ont pas réussi. Ceci conduit au dernier paramètre du modèle de Dominique Roux, les motifs de résistance. Nous ne constatons pas de résistance aux modèles culturels ni à l'envahissement de la publicité puisqu'au contraire, le jeu sur mobile est trop discret dans l'espace culturel et social. Les usagers des deux lots aimeraient au contraire qu'ils y soient intégrés, comme par exemple, le vote par SMS dans les émissions de télé-réalité. La logique marchande est peu remise en cause vu la gratuité de certains jeux et le modique coût des

suivants. La dimension éthique n'est pas en cause car les jeux sont simples et sans contenu posant problème, contrairement à certains jeux sur ordinateur dont parlent les joueurs, qui demandent de se mettre dans la peau du tueur du président Kennedy à Dallas. Il s'agit essentiellement de la frustration de ne pas pouvoir jouer, qu'il qualifie parfois de régressive comme celle de l'enfant qui doit aller se coucher alors qu'il a envie de jouer.

REFERENCES

- Alter N., (2000), *Innovations ordinaires*, Paris, PUF
- Alter N., 2000, *Innovations ordinaires*, Paris, PUF
- Alter N. (dir.), (2002), *Les logiques de l'innovation. Approche pluridisciplinaire*, Paris, La Découverte
- Bardini T., Proulx S., (2000), « Les promesses du cyberspace, Médiations, pratiques et pouvoirs à l'heure de la communication électronique », *Sociologie et sociétés*, vol. XXXII, n°2, Presses de l'Université de Montréal
- Barret-Kriegel B., (2003), *La Violence à la télévision*, Paris, PUF
- Breton P., Proulx S., (2002), *L'explosion de la communication à l'aube du XXI^e siècle*, Paris, La Découverte
- Boudon R., (1979 - 2^{ème} édition), *Effets pervers et ordre social*, Paris, PUF
- Boudon R., (1979), *La Logique du social*, Paris, Hachette
- Caillois R., (1958), *Les jeux et les hommes*, Paris, Gallimard, Folio Essais
- Castro-Thomasset E., (2000), *L'apostasie de la télévision. Une forme d'iconoclasme contemporain*, Paris, L'Harmattan
- Certeau M. de, (1980), *L'invention du quotidien, Tome 1 : Arts de faire*, Paris, Gallimard
- Certeau M. de, (1980), *L'invention du quotidien, Tome 2 : Habiter, cuisiner*, Paris, Gallimard
- Chambat P., (1994), « Usages des technologies de l'information et de la communication : évolution des problématiques », *Technologies de l'information et société*, n°6, pp.249-270
- Flichy P., (2001), *L'imaginaire d'Internet*, Paris, La Découverte
- Flichy P., (1995), *L'innovation technique. Récents développements en sciences sociales. Vers une nouvelle théorie de l'innovation*, Paris, La découverte
- Gournay C. de, (1997), « C'est personnel. La communication privée hors de ses murs », *Réseaux*, n° 82/83, mars-juin, pp. 21- 40
- Huizinga J., (1938), *Homo ludens. Essai sur la fonction sociale du jeu*, Paris, Gallimard
- Lejealle C., (2008), *Le jeu sur le téléphone portable : usages et sociabilité*, Paris, L'Harmattan
- Lejealle C., (2008), *Les usages ludiques du téléphone portable : bricoler avec un artefact technique complexe*, Actes du colloque ESCHII "Génie(s) de la bricole et du bricolages" des 27 et 28 novembre à l'INSA de Lyon
- Lejealle C., (2008), *Actes du 1^{er} colloque international « Consommation et résistance(s) des consommateurs »*, 28 novembre 2008, IRG Université de Paris 12
- Lejealle C., (2008), *Les usages du téléphone portable, grain de sable ou huile dans les rouages pour les cadres et les PCS inférieures ?*, Actes du colloque I3M « Les dispositifs de médiation organisationnel, technologique et symboliques dans la communication des organisations », 4 - 5 décembre 2008, I3M Nice

Marcuse H., (1968), *L'Homme unidimensionnel*, Paris, Minuit

Mallein P., Toussaint Y., (1994), « L'intégration sociale des technologies d'information et de communication : une sociologie des usagers », *Technologie de l'information et société*, vol 6, n°4, pp. 315 - 335

Philipps D., (1974), « The influence of suggestion on suicide : substantive and theoretical implications of the werther effect », *American Sociological Review*, n°39

Proulx S., Breton P., (2002), « Usages des technologies de l'information et de la communication », in *L'explosion de la communication à l'aube du XXIème siècle*, Paris, La Découverte

Ram S., (1997), « A model of innovation resistance », *Advances in consumer research*, n°14

Rogers E., (1995), *Diffusion of innovation*, New-York, Free Press

Roux D., (2005), « Résistance des consommateurs : un état de l'art sur les formes de réponses adverses au marché et aux firmes », *Actes du 4ème Congrès International des Tendances du Marketing*, Paris

Sanctis de G., Poole M.S., (1994), *Capturing complexity in Advanced Technology Use : Adaptive Structuration Theory* », *Organization Science*, vol 5, n°2, pp. 121 - 146

Tisseron S., (2000), *Enfants sous influence. Les écrans rendent-ils les jeunes violents ?*, Paris, Armand Colin

Vaujany de F.-X., (2000), « Usages de l'Intranet et processus de structuration de l'organisation », *Systèmes d'Information et Management*, n°2, vol 5, pp. 79-100

Warnier J.-P. (dir.), (1999), *Approches de la culture matérielle. Corps à corps avec l'objet*, Paris, L'Harmattan

ANNEXE : GRILLE D'ENTRETIEN

Fiche signalétique

Sexe, âge, profession, niveau d'études,), statut marital, nombre d'enfants et âges, lieu de résidence, hobbies, profession des parents, nombre de frères et sœurs, place dans la fratrie, lieu où il a passé son enfance (Paris/province, à l'étranger).

Usages du mobile hors jeux

- Montrez le ou les mobile(s) sur lequel(s) vous jouez, marque, modèle, statut (professionnel, privé, mixte, individuel ou partagé), qui a choisi cet opérateur ? pourquoi ce choix, idem choix du combiné, montant mensuel de la facture.
- Nombre de SMS envoyés par semaine ? reçus par semaine ? stockés ? idem MMS.
- Combien d'adresses dans l'annuaire ? part personnelle et part professionnelle ?
- Nombre d'appels reçus par jour ? passés par jour ? durée moyenne ?
- Utilisez-vous WAP ? GPRS ? ou l'Imod dans le cas d'abonné à Bouygues Telecom ?
- Quelle(s) sonnerie(s) avez-vous choisie(s) et pourquoi ? Faites-vous un usage des sonneries personnalisées et des photos pour identifier l'appelant ?
- Quel fond d'écran avez-vous et comment l'avez-vous choisi ? Avez-vous acheté un étui particulier ou des accessoires ? si oui, pourquoi et à quelle occasion
- Quand êtes-vous sur messagerie ? Quand l'éteignez-vous complètement ? quel usage du filtre et du vibreur faites-vous ?

Emploi du temps et contraintes

- Hier par exemple, quel a été votre emploi du temps ?
- Temps de trajets et type de moyens de transport (bus, métro, train, voiture, pied...)
- Contraintes professionnelles (temps d'attente, déplacements...)
- Contraintes personnelles (crèches des enfants, voyages à l'étranger, conjoint en déplacement...), loisirs, vie associative, culturelle et sportive.

Les jeux sur le mobile

- Qu'entendez-vous par jouer sur le mobile ? Qu'est-ce que ce terme englobe pour vous ?
- A quels jeux jouez-vous : jeux livrés en standard, téléchargés, par SMS, par WAP, vote pour des jeux TV ?
- Changez-vous le fond d'écran ou la sonnerie ? Vous amusez-vous à le lancer en l'air pour faire une pirouette ?
- Envoyez-vous des SMS de blagues aux proches ?
- Balayez-vous la liste des contacts ou les menus ? Si oui, dans quel contexte (pour améliorer la compétence technique, pour s'occuper) ?
- La dernière fois que vous avez pris le métro qu'avez-vous fait ? Précisez si vous étiez seul ou accompagné, durée du trajet, idem pour le train, la salle d'attente de médecin ou d'aéroport.
- Activités concurrentes aux jeux sur le mobile, ce qu'on faisait avant ou en alternance.

Découverte et apprentissage des jeux sur le mobile

- A quelle occasion avez-vous découvert les jeux auxquels vous jouez actuellement ? Lieux, heures, contexte, seul ou avec quelqu'un, par quels jeux avez-vous démarré et pourquoi ceux là ?
- Règles connues d'ailleurs ? Avez-vous demandé conseil à un tiers ? Avez-vous eu l'information par la publicité qui accompagne la facture ou celle dans un magazine ? Comment avez-vous accès à l'information sur les nouveaux jeux ?
- Compréhension des règles et apprentissage, difficultés rencontrées et comment elles ont été surmontées.
- Utilisation de l'Aide présente en ligne sur le portable ? Recours à des tiers connus ?
- Recours à la Hot line ou au centre d'appels de l'opérateur ou de l'éditeur ? participation à des forums de discussion ?

Usages actuels des jeux

- A quelle occasion : fréquence, lieux publics ou privés, heures, durée.
- Contexte, seul ou avec quelqu'un, avec qui il en parle, dimension collective en se fixant des défis communs ?
- Quels jeux : les décrire

- Qualifier ce temps et ces moments ? Qu'est-ce que cela évoque et procure : plaisir ? détente ? culpabilité ? passion ?
- Si c'était une couleur, un animal, un sentiment, un paysage, une personne, un objet, ce serait quoi ?
- comparable à quelle activité ? (boire un café, lire un livre), Temps gagné au lieu d'attendre ou temps perdu, qualifier le temps
- Budget consacré aux jeux sur mobile.

Les jeux eux-mêmes en situation

- Allumez votre mobile et décrivez les différentes étapes comme si je venais d'une autre planète, expliquez-moi le gameplay, sa complexité, qualité graphique, son, pistes d'amélioration
- Photographies du joueur en train de jouer
- Décrivez en le faisant comment vous procédez et ce que vous avez modifié depuis que vous jouez, courbe d'apprentissage
- Autres jeux aujourd'hui : Jouez-vous aussi à des jeux sur l'ordinateur, en mode multi joueurs? sur d'autres consoles ? à des jeux de plateau ? à des jeux au casino ? des jeux de cartes ? au flipper ? avec qui ? quand et comment ? jeux d'argent comme le PMU ou le Loto ? autres jeux et partenaires de jeux
- A t il joué pendant l'enfance ? à quels jeux et avec qui ?
- Reprenons le mobile et regardons tous les jeux que vous avez. Les connaissez-vous tous ? Comment avez-vous procédé pour choisir par lequel démarrer ? S'il y en a un que vous ne connaissez pas ou pour lequel vous avez rencontré des difficultés, pouvons-nous le découvrir ensemble ?