



**HAL**  
open science

## Un jeu web vu depuis ses avatars imagés

Manuel Boutet

► **To cite this version:**

Manuel Boutet. Un jeu web vu depuis ses avatars imagés. AMATO Etienne-Armand; PERÉNY Etienne. Les avatars jouables des mondes numériques : Théories, terrains et témoignages de pratiques interactives, Hermès-Lavoisier, 2013. halshs-01256242

**HAL Id: halshs-01256242**

**<https://shs.hal.science/halshs-01256242>**

Submitted on 14 Jan 2016

**HAL** is a multi-disciplinary open access archive for the deposit and dissemination of scientific research documents, whether they are published or not. The documents may come from teaching and research institutions in France or abroad, or from public or private research centers.

L'archive ouverte pluridisciplinaire **HAL**, est destinée au dépôt et à la diffusion de documents scientifiques de niveau recherche, publiés ou non, émanant des établissements d'enseignement et de recherche français ou étrangers, des laboratoires publics ou privés.

*Version pré-print.*

Pour citer cet article : Manuel Boutet, 2013, « Un jeu web depuis ses avatars imagés. Mosaïque médiatique et patchworks culturels. », dans E. A. Amato, E. Perenny (eds.), *Les avatars jouables des mondes numériques : Théories, terrains et témoignages de pratiques interactives*, Collection « Information, hypermédias et communication », Hermes Science Publications, Paris.

## **Un jeu web vu depuis ses avatars.**

### **Mosaïque médiatique et patchworks culturels.**

Manuel Boutet,

Post-doctorant à l'IDHE, Université de Paris Ouest Nanterre La Défense

*Plan du texte :*

<b>1. INTRODUCTION</b>	<b>2</b>
ENCADRE : LE JEU WEB MOUNTYHALL	3
<b>2. PLUSIEURS PAGES, UN SEUL PERSONNAGE : COMMENT ANALYSER LES AVATARS HYPERMEDIATIQUES ?</b>	<b>4</b>
TOUS LES CHEMINS MENENT AU PROFIL	4
LE PROFIL SOUS LE REGARD	5
LE TROLL OU LES CLICHES DE L'HEROÏSME CONGEDIES	6
LA PROMOTION DE LA LAIDEUR	7
LES « BLASONS » ET LA QUESTION DE LA REFERENCE : QU'EST-CE QU'UNE IMAGE « RECUPEREE » ?	9
<b>3. LE TRAVAIL DE REDUCTION DE L'INCONGRUITE AU SEIN DES GROUPES</b>	<b>10</b>
LES BLASONS DE MOUNTYHALL NE FORMENT UNE MOSAÏQUE QUE POUR LE CHERCHEUR	11
GOUTER LES IMAGES	12
COLLAGE, RETOUCHE, ENCADREMENT, PATCHWORK	14
<b>4. CONCLUSION</b>	<b>17</b>
<b>5. BIBLIOGRAPHIE</b>	<b>18</b>

# 1. Introduction

L'analyse étymologique montre que le terme « avatar » est issu de l'hindouisme. Pour autant, le phénomène inscrit les espaces sociaux virtuels dans un « système-monde » (Marcus, 2010) en développant des imaginaires médiatiques mondialisés. Les jeux web, à travers les façons dont les participants y agissent et s'y orientent, constituent un véritable laboratoire pour l'étude de la réception des médias contemporains. Étant constitués, comme le web lui-même, de pages reliées, ces jeux ont une malléabilité qui permet aux participants de prolonger le procès de conception. Les avatars, en particulier, sont des « agrégats » : chaque « avatar hypermédiatique » est un *ensemble structuré de documents* (Amato, Pereny, 2009). Aussi, ces « corps intentionnels » sont à la fois sensibles aux intentions des concepteurs (Taylor, 2003) et formés de traces de tout ce que fréquentent les joueurs : une multitude d'œuvres étrangères les unes aux autres et pourtant contemporaines pour leurs publics. Cette implication des participants est encore augmentée dans les jeux web gratuits et associatifs que nous étudions depuis plusieurs années (Boutet, 2003). Les centaines de « jeux alternatifs »<sup>1</sup> sont en effet développés dans des conditions bien différentes des jeux commerciaux<sup>2</sup>. D'une part, il n'y a pas d'éditeur tenu de défendre son « contenu officiel » du jeu pour en justifier le prix. D'autre part, la gratuité, l'animation bénévole, et la gestion associative favorisent une participation étendue des joueurs (Boutet, 2010).

Notre terrain d'investigation est « *Mountyhall, la terre des trølls* ». En termes quantitatifs, ce jeu est très marginal par rapport aux grandes productions de l'industrie du jeu vidéo. En effet, au cours de ses huit années d'existence à ce jour, l'espace social en ligne<sup>3</sup> constitué autour de ce jeu ne comprend qu'un peu plus de cinq cent sites, et n'est parcouru quotidiennement que par environ dix mille participants francophones (Boutet, 2008)<sup>4</sup>. Néanmoins, qualitativement, les choix réalisés ont un effet de loupe sur des aspects de l'identité numérique souvent ignorés parce qu'ils restent ailleurs à l'arrière plan.

Après une courte présentation du jeu, nous allons analyser le dispositif du « profil de troll » puis son appropriation par les participants. Notre méthode d'analyse est en trois temps : repérer les carrefours des circulations des participants ; étudier le dispositif de ces pages ; expliciter le jeu symbolique, i.e. le médium dont elles participent. Sur cette base, nous interprétons ensuite les données ethnographiques collectées pendant cinq années.

---

<sup>1</sup> Le terme de « jeux alternatifs » est utilisé notamment par les annuaires français du genre, eux-mêmes gratuits et associatifs : <http://www.tourdejeu.net>; <http://www.jeux-web.com>; <http://www.gamersroom.com>.

<sup>2</sup> Plusieurs traits inscrivent ces jeux dans la consommation engagée : une alternative au marché, qui s'appuie sur la participation des consommateurs à la production, à la fois par le don et par le bénévolat, et qui construit ainsi une résistance à – ou pour mieux dire ici une réappropriation de – la culture de masse (Dubuisson-Quellier, 2009).

<sup>3</sup> Nous réservons l'appellation d'« espace social en ligne » à l'ensemble formé par les sites web et les communications entre les participants, tandis que nous désignons comme « terrain de jeu » le monde virtuel lui-même, c'est-à-dire l'espace de participation plus restreint que propose l'interface de jeu (Boutet, 2008).

<sup>4</sup> [http://www.mountyhall.com/MH\\_Stats/index.php](http://www.mountyhall.com/MH_Stats/index.php)

## Encadré : Le jeu web Mounthyhall

Notre étude porte sur *Mounthyhall*, un jeu francophone franco-belge gratuit créé en 2001, conçu, maintenu et animé par des bénévoles, alimenté par les dons des joueurs, les revenus publicitaires du site, et la vente de « goodies », géré par une association sans but lucratif créée en Belgique, et dont les serveurs sont hébergés en France. Avec une moyenne d'âge de 26 ans (Boutet, 2003, 2006), ce jeu s'inscrit dans le mouvement d'élargissement du public des jeux vidéo hors du seul domaine des loisirs adolescents, qui semble relever d'un effet générationnel (Donnat, 2009, p. 38). Il s'agit notamment ici de pratiquants de jeux de société, jeux de rôle ou jeux vidéo cherchant à poursuivre cette activité alors qu'ils s'engagent dans leur premier emploi ou dans une vie familiale, ce qui demande certains aménagements.

Le cadre partagé peut être présenté rapidement à partir du vocabulaire des joueurs. Chacun joue un « tröll » (personnage) qui se déplace « dans les souterrains du Hall » (sur le terrain de jeu) « de caverne en caverne » (de case en case, chaque case étant repérée par ses coordonnées). Un « tröll » chasse des « monstres » (animés par le serveur de jeu), peut provoquer en duel d'autres « tröls » (joués par d'autres joueurs), et gagner en « expérience » (des points, qui déterminent son « niveau ») au fil des combats. Il ramasse et troque des « trésors », et s'équipe notamment d'armes et d'armures. Le thème est donc classique : il s'agit de survivre dans un univers hostile. L'activité de jeu donne lieu à deux types de regroupements : des « groupes de chasse » (équipes de quatre à six personnages) ; et des « guildes » (alliances d'une vingtaine de membres en moyenne). Une « guilde » a un nom, qui apparaît dans la « vue » à côté du nom du personnage (Figure 3). Elle dispose le plus souvent de son site web, et d'un lieu de discussion réservé aux membres, souvent sous la forme d'un forum web (Boutet, 2008).

MONSTRES ERRANTS				Monstres   Tröls   Trésors   Champignons   Lieux		
Dist.	Ref.	Nom		X	Y	N
2	1277384	Gowap Apprivoisé [Chef de harde]		70	8	-1
3	1530295	Squelette Psychophage [Haissant]		70	13	-1
3	1526173	Goblin [Nouveau]		72	11	-1

TROLLS						Monstres   Tröls   Trésors   Champignons   Lieux		
Dist.	Ref.	Nom	Niveau	Race	Guilde	X	Y	N
2	49973	Angelus	22	Kastar	Les Kargol's de M'tanis	67	9	0
3	14891	NightPat Troll [M]	10	Skrim	MultiBoufDistribution	69	7	0
3	31967	Gizmo	31	Tomawak		69	13	0
3	33280	Tetdepioch	12	Skrim		72	13	0
3	87393	Boom-par-terre	6	Kastar		70	13	-1

TRÉSORS				Monstres   Tröls   Trésors   Champignons   Lieux		
Dist.	Ref.	Type		X	Y	N
1	4162646			70	9	-1
2	4179256	Gigots de Gob		69	8	-1
3	3923907	[Bidouille] Le rituel des 4 tours		66	7	0


Figure 3. En haut, le terrain de jeu tel qu'il est représenté sur la page « Ma Vue » de l'interface de *Mounthyhall*. En bas, la page de vue alternative de la guilde *Relais & Mago*.

## 2. Plusieurs pages, un seul personnage : comment analyser les avatars hypermédiatiques ?

Les joueurs peuvent prendre n'importe quelle image pour représenter leur personnage. Comme en témoignent les illustrations de ce chapitre, les images choisies manifestent une certaine *liberté de ton*<sup>5</sup>. Néanmoins, loin d'un pur éclectisme, elles ont leurs conventions ; mais elles n'en tranchent pas moins avec le panorama souvent livré par les recherches sur les avatars. Nous allons voir que cette rupture avec les productions commerciales à succès, qui ont fait aussi l'objet de la quasi totalité des investigations, est favorisée par le *partage* de l'*inscription* d'un *symbole*, qui vient encourager la réflexivité des participants (Mead, 2006). D'abord, nous verrons que l'image représentant le personnage – appelée « blason » – est une inscription partagée : elle est située à un carrefour des circulations des joueurs et bien en vue. Ensuite, nous montrerons que cette image partagée prend place dans un jeu symbolique particulier – celui des « blasons de trolls » – qui disqualifie le conformisme des avatars habituels.

### ***Tous les chemins mènent au profil***

Pour analyser les espaces sociaux en ligne, ici le jeu *Mountyhall*, notre méthode consiste à repérer les carrefours des circulations des participants (Boutet, 2008). Plutôt que les liens hypertextes, ce sont les interventions des participants qui nous guident. Au cours de cinq ans d'ethnographie, il est apparu qu'ils cherchent à modifier et à améliorer, de façon répétée, certaines pages seulement. Dans l'étude de la réception comme pratique, les indicateurs dépendent de l'écologie du lieu. Ce peut être le « pouvoir d'arrêt des œuvres » dans l'espace de représentation du musée (Passeron, 1991, p.262), et le redesign répété et la « stigmergie »<sup>6</sup> sur Internet.

Ainsi, les deux pages les plus souvent modifiées à *Mountyhall* sont : « Ma Vue », qui représente le terrain de jeu (Figure 3, en haut) et qui a aussi donné lieu à des représentations alternatives (Figure 3, en bas) (Boutet, 2010) ; et l'une des pages de l'avatar : la page de « profil du troll » qui permet au joueur de présenter son personnage aux autres participants (Figure 4). Progressivement, au cours de l'histoire du jeu, tous les forums, les forums de guildes comme le forum officiel, ont ajouté à chaque message un lien vers le « profil » du personnage du joueur. Au cours du temps, l'identité du joueur est associée de plus en plus étroitement à son unique personnage<sup>7</sup>.

---

<sup>5</sup> Le « Web 2.0 » fournit bien des exemples opposés où les « contenus » apportés par la mise au travail des usagers sont inscrits dans une structure qui en prélève la valeur économique tout en évitant la plupart des autres conséquences politiques ou culturelles (Jenkins, 2006, p.177).

<sup>6</sup> La communication qui passe par la modification de l'environnement.

<sup>7</sup> La règle à *Mountyhall* veut que l'on ne joue qu'un seul et unique personnage. Des bénévoles de l'équipe d'animation, appelés « enquêteurs », ont pour rôle d'éviter que ce règlement soit enfreint (infraction nommée « multi-trollisme »). Pour ce faire, ils surveillent les relations entre personnages sur le terrain de jeu, ils contrôlent les moments et les temps de connexion des joueurs, et ils se renseignent éventuellement auprès des joueurs et de leurs relations.

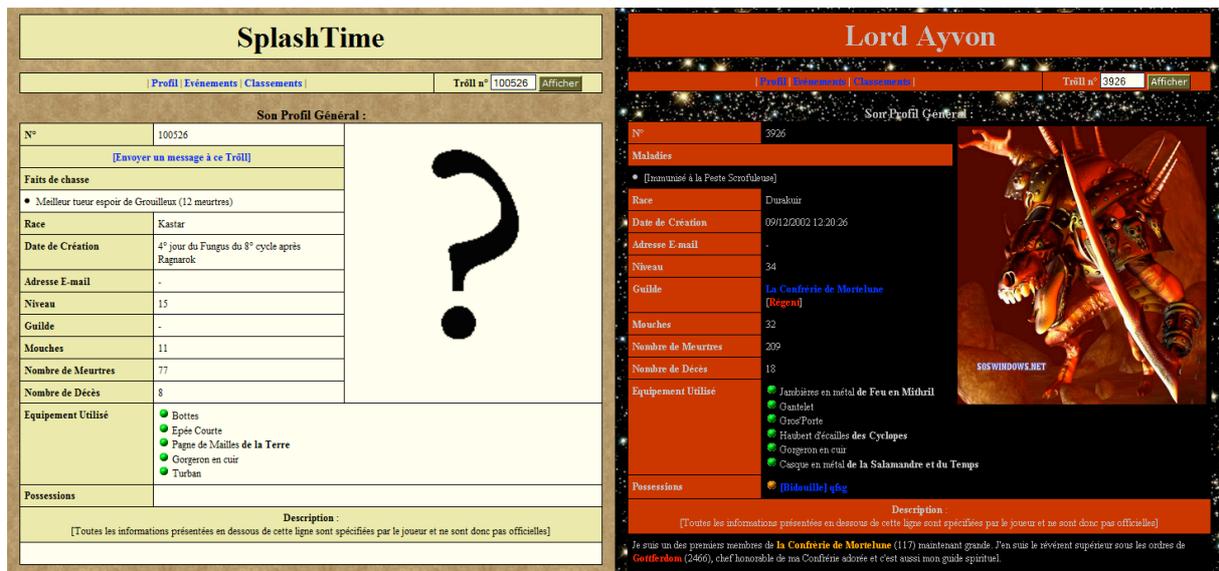


Figure 4. Les pages de profil de deux personnages de *Mountyhall*. A gauche sans blason.

### Le profil sous le regard

La « métaphore du profil » est commune aujourd’hui à la plupart des espaces de communication sur *Internet*. F. Georges propose d’isoler en son sein les éléments accentués, afin d’analyser « l’emprise culturelle » définie comme l’influence d’un dispositif sur les représentations de l’identité (Georges, 2010, p.172). A cette fin, elle distingue les identités « déclarative », « agissante » et « calculée ». De ce point de vue, le profil du troll est construit à *Mountyhall* sur la base de deux mises à l’écart décisives. Premièrement, l’« identité agissante » ordinairement placée au centre du jeu est renvoyée à une page secondaire – la page d’« événements » listant ce qui arrive au personnage. Deuxièmement, l’« identité déclarative » est releguée en bas de page, dans une seconde section intitulée « Description », avec cette précision : « [Toutes les informations présentées en dessous de cette ligne sont spécifiées par le joueur et ne sont donc pas officielles] ». Se trouvent ainsi mis en valeur le nom du troll en haut de page, l’« identité calculée » sur la colonne de gauche, et une image appelée « blason » sur la colonne de droite (Figure 4).

Sa position et les indications quasi-anthropométriques situées à sa gauche rappellent une « carte d’identité ». La plupart relèvent en effet du genre du portrait. Bien que librement choisie par le joueur, elle figure au côté des informations « officielles », car elle ne peut pas mentir : ni vraie ni fausse, elle est *performative*, elle fait l’apparence du troll en la montrant. Elle n’est pas représentation, mais origine (de l’identité) graphique du troll. De plus, l’image *saute aux yeux* dès l’ouverture de la page (Figure 5) : il s’agit d’un *acte public*. Certes, le public est virtuel, mais il est directement indexé sur la capacité du jeu à développer une expérience partagée : à moins qu’il ne se passe rien, l’image aura un rôle à jouer. Les trois quart des joueurs font ainsi l’effort, complètement facultatif pour jouer, de définir un « blason ». (Fin 2008, 7800 trolls sur 10500 ont un blason.)



Figure 5. Deux appropriations du profil, allusive et ironique à gauche, énigmatique à droite.

Sur les réseaux sociaux, la référence est le corps de l'utilisateur ; sur les forums de fans, la référence est une œuvre particulière. Ici, l'image n'est ni la simulation (calculée) du troll, ni l'empreinte (photographique) du joueur. A quel jeu symbolique cette image publique participe-t-elle ? Pour préciser ce que constitue ce « blason de troll », comme *médium*, partons de l'analyse des deux termes qui le définissent : « troll » et « blason ».

### Le troll ou les clichés de l'héroïsme congédiés

A « *Mounthyhall*, la terre des tröls », tous les personnages joués sont des « tröls ». Mais qu'est-ce qu'un tröll ? Sur ce point, le jeu fait preuve d'un extrême *laconisme iconique* : deux portraits sur la page d'accueil du site (Figure 6), une interface de jeu textuelle (Figure 3 ; Figure 4), et pas d'avatar simulé. Notons aussi que le terme « troll » est porteur d'une riche ambiguïté. Ses deux principales inspirations sont la mythologie nordique, où le troll est un petit lutin, et le « médiéval-fantastique » moderne où le troll est la grosse brute par excellence (Figure 7). Le thème ouvre donc l'éventail des possibles, en excluant seulement le héros classique. Cette exclusion est renforcée par un autre sens du mot « troll », propre à *Internet*. Un « troll » est un participant dont les interventions visent uniquement à détruire la discussion et à mettre en colère ses interlocuteurs. Autrement dit, le terme « troll » porte une dimension *morale* : un « troll » est *laid et brutal*.



Figure 6. Les deux portraits de trolls de la page d'accueil. Le portrait « officiel », celui de la bannière de *Mounthyhall* ici en haut à gauche, a été réalisé par Vincent Bedu.

Il ne s'agit pas pour autant de « jouer un méchant » – « troll » n'est pas synonyme de « démoniaque ». D'après les témoignages, jouer un « troll » renforce surtout l'idée que « ce n'est qu'un jeu » – au contraire du personnage du « chevalier en amure » qui inciterait à « se prendre trop au sérieux ». Au cours de son étude du jeu *World of Warcraft* de l'éditeur *Blizzard*, C. Voisenat associe également les « trolls » à une « capacité à se distancier » (Voisenat, 2009, p.132)<sup>8</sup>. Le thème du « troll » favoriserait ainsi un recul propice à l'humour – comme ailleurs le « nain de jardin », la « gelée rose » ou la « taupe ». Néanmoins, le « troll » ajoute à la prise de recul la *promotion de la laideur*. Il s'agit là d'un trait essentiel, car à *Mountyhall* comme à *World of Warcraft*, le lien au personnage est indissolublement esthétique et moral.

### **La promotion de la laideur**

Alors que la distance au rôle, l'humour et le « fun » sont plutôt des éléments d'ambiance, la laideur est quant à elle crue et littérale. Sa promotion interdit de résumer le rapport à l'avatar à la ressemblance ou à l'apprêt, qui sont généralement repérés comme les deux principales dimensions de l'identité numérique. Comment en effet comprendre l'avatar comme un second corps, un vêtement ou une parure... lorsqu'il est laid ? Les questions du prestige et de l'identification se trouvent déplacées : la ressemblance ne rime pas toujours avec beauté – que l'on songe simplement à la caricature ; la parure se prête à l'effroi – comme certains masques (Leroi-Gourhan, 1943) ; et il est inhabituel qu'un corps accumule les traits « discréditables » (Goffman, 1975).



**Figure 7.** Les deux principales inspirations des trolls : médiévale-fantastique à gauche, scandinave à droite.

<sup>8</sup> Les mêmes interrogations auxquelles nous cherchons à donner voix ici sont à l'arrière-plan du texte de C. Voisenat, dont le titre fait référence, *entre autres*, « à [ses] propres interrogations face à [son] expérience de jeu : il se trouve en effet que les trolls sont, dans *World of Warcraft*, décrits comme un peuple sanguinaire et pervers, sont particulièrement laids, font l'objet de plaisanteries (un peu comme les gnomes dans la faction opposée), qu[']elle a] mis très longtemps à en créer un mais que c'est pourtant sans doute le personnage qu[']elle a] le plus joué. » (Voisenat, *communication personnelle*)

C'est que, par delà sa crudité, la laideur ouvre une liberté inédite. Tels ces trolls féminins libérés du carcan des « canons de beauté » masculins qui ailleurs surdéterminent les représentations de la femme dans le jeu vidéo (Figure 7 ; Figure 8). *Mounthyhall* permet ainsi de faire l'expérience de toute une palette d'émotions ordinairement rejetées hors de notre culture de l'image. Le grotesque y côtoie l'angoissant et l'« inquiétante étrangeté » (Freud, 1933), notamment au travers d'animaux familiers (chat aux yeux brillants) et de jouets (ours griffu, poupée borgne) (Figure 8). Entre la forme humaine et la forme non-humaine (animal, boîte en fer blanc, etc.), le roboticien M. Mori repère la zone (*uncanny valley*) où la ressemblance avec la forme humaine déclenche nos réactions de rejet vis-à-vis des dégénérescences, des difformités, de la maladie et de la vieillesse (Mori, 1970). C'est leur humanité qui rend dégoûtants trolls, zombies et gargouilles. Ainsi, la laideur, loin d'être le symétrique de la beauté, a ses propres logiques (Eco, 2007). *A minima*, elle met en saillance l'hétérogénéité de l'expérience esthétique que J.-C. Passeron soupçonne derrière la catégorie de « beau » (Passeron, 1991, p. 263). Elle permet aux joueurs d'explorer une part du monde et d'eux-mêmes.

Mais *Mounthyhall* exclut aussi certaines figures. D'abord, dans ce monde « médiéval-fantastique » n'ont droit de citer ni les mutants, ni les cyborgs, ni les extra-terrestres. Ensuite, la veine « populaire » des monstres de cirque et des masques de carnaval est absente : les trolls sont issus dans leur immense majorité des médias de masse. Enfin, le libertinage est absent lui aussi – moins pour ne pas choquer ses joueurs, que parce qu'il leur arrive de montrer et de raconter leur jeu à leurs enfants (notez le tatouage de la trollette *Lilith* en Figure 7).



**Figure 8.** Le troll comme déformation inquiétante du familier.

Les conventions ordinaires d'apparence des avatars sont donc brisées par la promotion de la laideur. Néanmoins, au-delà de cette définition en creux, quelle est la référence de l'image ? Le terme « blason » fournit un indice – et peut être un guide pour les joueurs.

### ***Les « Blasons » et la question de la référence : qu'est-ce qu'une image « récupérée » ?***

Le terme « blason » est une trouvaille du créateur du jeu Yves Savonet. Comme « guildes », « blason » est issu du répertoire culturel des jeux de rôles et de leur abondant vocabulaire médiéval. Choisi, il saisit quelque chose de ce qu'il désigne. Pour le médiéviste, « blason de troll » est un improbable oxymoron rapprochant honneur noble et difformité populaire. En effet, « blason » désigne au Moyen Âge le dessin présent sur l'écu – i.e. le bouclier – du chevalier c'est-à-dire les armes – i.e. le symbole – d'une famille noble. Selon l'historien de l'art H. Belting, la première propriété du blason médiéval est d'interposer comme un second corps ou un second visage entre le corps de son porteur et son vis-à-vis (Belting, 2005). Soulignons l'analogie avec la page de « profil », qui continue à jouer son rôle lorsque le participant est hors ligne<sup>9</sup>. La seconde propriété du blason médiéval est de figurer une identité dont le siège est *la généalogie familiale*. Cette conception est distincte de l'idée moderne portée par le portrait, selon laquelle le siège de l'identité est le *corps individuel*. Si les « blasons de trolls » fonctionnent d'une façon similaire, ils renvoient à une part de l'identité collective et culturelle résidant au sein des imaginaires médiatiques (Figure 9 ; Figure 12).



**Figure 9.** En libérant la représentation, la laideur ouvre tout un univers de valeurs.

<sup>9</sup> Sur le fait que le troll est toujours présent dans le monde persistant du Hall, même en l'absence du joueur, nous renvoyons à (Boutet, 2003).

### 3. Le travail de réduction de l'incongruité au sein des groupes



**Figure 2.** L'incongruité est une propriété du monde réel. En témoigne cette photographie « qui [l']a quand même bien faire rire » postée sur le Forum par une joueuse « en vacances dans sa mère patrie la Pologne ».

Dispositif matériel et agencement symbolique contribuent à faire souffler sur le Hall un petit air de liberté. Le jeu est l'occasion d'une expérience collective originale sur le monde actuel, médiatique et cosmopolite, et ses contiguïtés incongrues. Entre l'« inspecteur Harry » joué par l'acteur Clint Eastwood, et le « Whopper », le hamburger inventé par James McLamore en 1957 et vendu par la chaîne de restauration rapide *Burger King*, il y a très peu d'écart au regard des catégories de la sociologie de la culture – une distance sans commune mesure avec celle qui sépare par exemple l'Opéra et le roman de gare<sup>10</sup> (Lahire, 2001). Néanmoins, les acteurs doivent vivre avec ces multiples contiguïtés incongrues de petites références culturelles sans solution de

<sup>10</sup> Il sera plus aisé de valoriser une passion pour l'Opéra que d'oser parler de romans de gare.

continuité : *L'Agence tous risques*<sup>11</sup> et *James Bond*<sup>12</sup>, *Casimir*<sup>13</sup> et *Frodo*<sup>14</sup> (Figure 12), Le Ché et Sarkozy (Figure 9).

Nous devons à K. Burke<sup>15</sup> l'exploration d'une telle « perspective par incongruité » (Burke, 1984, p.111). Il introduit à cette occasion le terme de « gargouilles » afin de saisir un mélange d'humour noir, de goût de l'absurde, de grotesque, de symbolisme du rêve, et de caricature. Suivant cette description, les trolls de *Mountyhall* sont sans conteste des « gargouilles ». Si pour K. Burke les « gargouilles » sont caractéristiques du style des périodes de crise, où la désorientation amène à chercher de nouvelles schématisations, force est de constater que le monde moderne étend le domaine de l'incongruité. Ainsi, l'espace cosmopolite de la ville, la conversation, et aujourd'hui *Internet* multiplient les occasions de confrontations *a priori* incongrues entre des « bribes de culture partagée » ranimant ici ou là un sentiment commun d'appartenance (Gumperz, 1989 ; cité par Joseph, 1996 ; Joseph, 2001). Notre hypothèse est que les images des blasons de trolls opèrent ainsi.

### ***Les blasons de Mountyhall ne forment une mosaïque que pour le chercheur***

Au cours de notre ethnographie, nous avons construit une page web recensant les blasons. Ce trombinoscope présente côte à côte les milliers d'images apportées par les participants (Figure 1). Cette façon de représenter la diversité des façons de jouer a nourri le dialogue avec nos enquêtés : ils n'ont jamais aimée la mosaïque du « trolloscope » (Figure 1). Pire, alors que nous y repérons une illustration de leur créativité, les joueurs soucieux d'un jeu « de qualité » ont considéré cette mosaïque « sans queue ni tête » comme un témoignage des « excès » contre lesquels ils luttent. Quoique cet outil représente une diversité objective, la réaction des « entrepreneurs de morale » de cette communauté pointe néanmoins son défaut. Car si l'hétéroclite est un fait objectif, tout aussi objectif est le fait que les joueurs s'emploient à réduire l'incongruité de proche en proche<sup>16</sup>. En conséquence, l'analyse doit étudier les « blasons » à partir des cheminements des joueurs : pour s'orienter le chercheur doit retrouver les façons de s'orienter des participants (Boutet, 2008).

---

<sup>11</sup> *L'Agence tous risques (The A-Team)* est une série télévisée américaine diffusée de 1983 à 1987 sur le réseau *NBC* – et en France à partir de 1984 sur *TF1*.

<sup>12</sup> *James Bond* est un personnage de fiction. Créé en 1953 par l'écrivain et ancien espion britannique Ian Fleming, il a fait l'objet depuis 1962 de nombreuses adaptations cinématographiques.

<sup>13</sup> *Casimir* est le héros de l'émission télévisée française *L'île aux enfants* diffusée de 1974 à 1982.

<sup>14</sup> *Frodo Baggins* est un personnage de fiction. Il est le personnage principal du roman *Le seigneur des anneaux* de l'écrivain anglais J. R. R. Tolkien.

<sup>15</sup> I. Joseph présente K. Burke comme « un philosophe et critique méconnu en France et dont l'influence a été décisive dans la formation d'Erving Goffman, mais aussi de la phénoménologie sociale de Harold Garfinkel ou de l'ethnographie de communication de Dell Hymes » (Joseph, 1998, p.29). Son héritage le plus direct est l'ironie méthodologique qui traverse les travaux de sociologie menés à Chicago sur la déviance, célèbres pour mobiliser avec succès des termes tels que « profession », « carrière », « moralité » pour analyser l'activité des déviants et des criminels (Overington, 1977). Ici néanmoins, ce sont les joueurs eux-mêmes qui sont ironiques.

<sup>16</sup> La « réalité quotidienne » elle-même est hétéroclite, mais elle n'apparaît pas pour autant « dispersée » parce que nous savons parfaitement nous y orienter (Goffman, 1991, p.552).

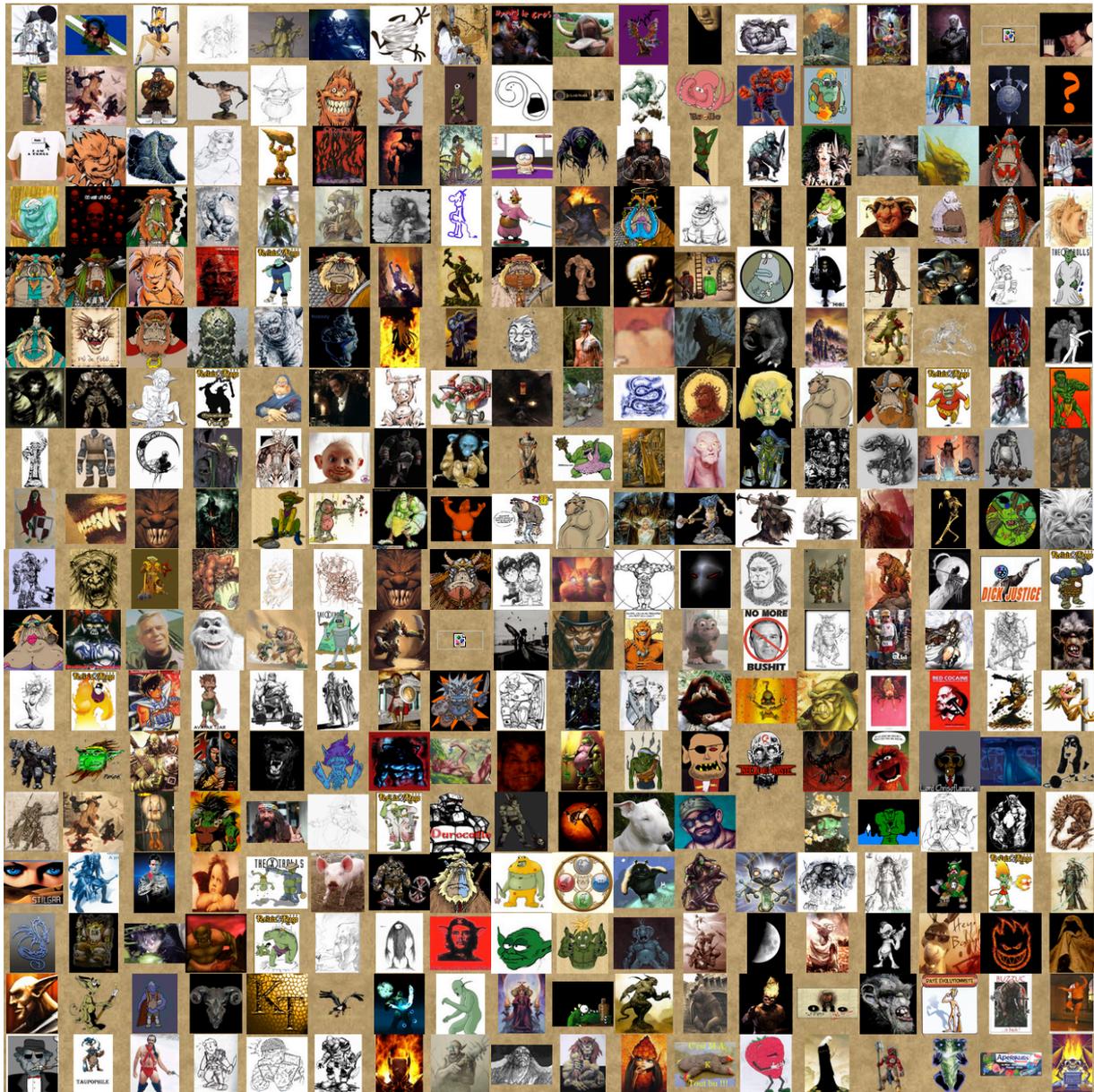


Figure 1. Quelques uns des blasons de *Mounthyhall* présentés en mosaïque par le "trollscope".

## ***Goûter les images***

Le collectif que nous étudions *partage* des images à travers les « blasons de trolls ». Mais comment décrire cette façon de les partager ? Les médiations que nous avons retracées ne définissent pas un collectif de fans, ni un site de partage d'images ou de vidéos : le succès et le quart d'heure de gloire ne sont pas ce que recherche le joueur avec son blason, car le dispositif fait déjà de l'image un acte public. La procédure de ce partage rejoint davantage cette suggestion de A. Hennion : « Les amateurs ne 'croient' pas au goût des choses. Au contraire, ils doivent se les faire sentir. Ils ne cessent d'élaborer des procédures pour mettre leur goût à l'épreuve et déterminer ce à quoi il répond » (Hennion, 2009, p. 57).



**Figure 10.** Nos « vies réelles » sont tissées de traits culturels auxquels nous sommes attachés. A gauche, le profil d'une guilde qui hérite du lieu de travail son goût de la dissection : un laboratoire de biologie du CNRS. A droite, le blason d'un membre des « Vachement Trolls ».

L'image du blason est issue généralement des médias de masse, que le joueur veuille faire référence à une image qu'il connaît, ou cherche simplement une image qui lui convient sur *Internet* (notamment par « google images »). Si une image est « modalisée » en une autre image (Goffman, 1991), l'origine de cette chaîne peut être une fiction imaginaire prenant place dans un monde merveilleux. Lorsque la référence porte sur un « cadre naturel », ni la ressemblance ni la vraisemblance ne sont recherchées, mais plutôt un trait culturel (Figure 9 ; Figure 10). Ces sont des « ready-made expressifs », car pour faire sens vis-à-vis d'autres joueurs, dont ils ne savent pas qui ils sont, les joueurs se trouvent obligés « d'en rajouter » – tout comme les passants dans les espaces publics urbains : « Plus l'interaction est 'toute naturelle', plus elle fait appel à un langage sur-codé qui la fait échapper au désespoir du trivial. » (Joseph, 1984, p.50)

Non seulement la plupart des images mobilisées pour les blasons de trolls sont récupérées ailleurs, mais les productions de l'industrie culturelle n'arrivent là que déchiquetées, et la bribe culturelle choisie par chacun n'est pas « commune » au départ. Le joueur l'a mise là, sur le chemin des autres, et elle pourra peut-être entrer dans des échanges – à condition que des affinités se découvrent autour de cette « façon d'apprécier ». *Mountyhall* propose ainsi un mode de partage original, où chacun est au départ *singularisé individuellement* par une petite référence culturelle de son choix, mais qu'il n'a pas inventée et ne lui est donc pas particulière. Cette référence ne le représente pas, mais représente néanmoins *quelque chose* pour lui : elle a de la valeur pour lui – non une « valeur noyau » (*core values*) de son « identité » (Joas, 2000), mais une « croyance vivante » (James, 2004). *Mountyhall* montre donc qu'il est possible de « goûter les images » : « ni les goûts ni leurs objets ne sont donnés ou déterminés, il faut les faire apparaître ensemble, par des expériences répétées, progressivement ajustées. » (Hennion, 2009, p.60). Or les images n'ont pas ordinairement cette indétermination : elle suppose une déconstruction des classements de l'industrie culturelle, à laquelle contribuent les investissements de forme décrits.



**Figure 11.** Par le collage, une même image réunit des références culturelles hétérogènes.

Cette façon originale de goûter ensemble les images se déploie d’abord au sein de chaque guild. Lorsque nous avons cessé d’afficher dans le trolloscope « tous » les blasons, et décidé plutôt de les regrouper guild par guild, il est tout de suite apparu que l’hétérogénéité de chaque groupe était inférieure à celle observée au niveau de la mosaïque d’ensemble. Ensuite, l’ethnographie nous a permis d’observer que les modifications de blasons tendaient avec le temps à rapprocher les blasons de ceux qui jouent ensemble – et cela, en assumant la diversité d’inspirations plutôt qu’en la gommant.

### ***Collage, retouche, encadrement, patchwork***

Comment les joueurs font-ils sens d’images recyclées et fragmentaires ? En particulier, comment réduisent-ils l’incertitude associée au fait que l’image, évocatrice pour celui qui la choisit, n’évoquera peut-être rien à celui qui la regarde ? Autrement dit, comment les joueurs stabilisent-ils l’interprétation ? Parfois, cela peut être en ajoutant une légende – le nom du troll joue déjà ce rôle, ainsi que le nom de la guild, et ils sont parfois incrustés dans l’image. Une autre méthode consiste à rapprocher deux images à première vue incongrues, et à mettre ainsi l’accent sur le peu qu’elles ont en commun (Figure 11). Cette réflexivité, qui se construit au travers des inscriptions successives, ne relève pas d’un raisonnement. Il n’y a pas formulation d’une question et d’une réponse, mais plutôt inscription iconique et manipulation de celle-ci : une forme de réflexivité est ainsi à l’œuvre dans l’action, sans pourtant que les acteurs considèrent qu’il s’agit de « penser » (Schön, 1983).



**Figure 12.** Trois trolls interprétés à partir de leurs noms : *Casimir*, *Frodo*, et *Buffy* (sur les deux dernières images). Dans le cas de *Buffy*, la troisième image est l’interprétation de ce nom par Olivier Fagnère – il donne au troll la forme de l’actrice. Mais la joueuse lui préférera finalement la

quatrième image, qu'Olivier Fagnère avait dessinée bien avant, qui correspond mieux à ce qu'elle recherche par ce nom : non l'actrice, mais le personnage surnommé « la tueuse ».

Ainsi, trois termes entrent dans la composition graphique de l'identité en ligne : une bribe culturelle, l'idée de troll, et le personnage. L'objectif n'est pas toujours leur synthèse, comme l'illustre bien le cas du collage où « les traces de coupe et d'ajustement qui révèlent le processus de recherche sont laissées visibles ; on ne cherche pas à unifier ni à fondre les données brutes de l'œuvre en une représentation homogène » (Clifford, 1982, p.56). Par exemple, le blason d'un membre des « Vachement trolls » fonctionne comme un rébus (Figure 11, à gauche). D'autres jouent sur les styles graphiques, ou habillent le personnage de vêtements qui sont autant de symboles. Ainsi, la nature féroce du troll peut faire écho à la violence assumée du révolutionnaire. Lorsque le motif obtenu est robuste, il peut entrer à son tour dans un cycle de modalisations : être parodié, être copié, etc. Là où le collage superpose des images hétérogènes, la retouche les emboîte (Figure 9 ; Figure 11) : elle tend vers une cohabitation plus fluide des différentes références. Par exemple, les blasons dessinés par Olivier Fagnère partent d'un corps de « troll » générique, sur lequel la bribe culturelle est appliquée soit comme habit soit comme stigmate qui le déforme, ce qui singularise le personnage (Figure 12).

Les références présentes sur le blason – vache, loup, béret rouge – peuvent ensuite se répondre d'un blason à l'autre, et les rapprocher. Les joueurs créent tout un faisceau d'échos, qui a le plus souvent pour base la guilde. Celle-ci peut être considérée comme un espace de sociabilité « affinitaire », à ceci près que les affinités, en ligne, sont d'abord un opportunisme du moment et des situations : s'introduire dans un répertoire de personnes qu'on « choisit » au fur et à mesure, et d'abord parce qu'elles se présentent à soi. Et si les affinités demandent d'abord à être découvertes, la guilde et les blasons offrent à cet égard des occasions.

Outre l'inscription de l'appartenance à la guilde sur le blason, le profil offre la possibilité de la matérialiser par une ambiance graphique – grâce à la redéfinition du « .css » : elle encadre le blason (Figure 14 ; Figure 15). La guilde est alors identifiable d'un seul coup d'œil, tout en laissant le joueur libre de son blason, même si les blasons ont tendance avec le temps à se rapprocher.



Figure 14. La répétition de l'encadrement comme marque d'appartenance à une guilde.

Au réseau (*network*) des pages web esquissé en première partie, répond ainsi une évolution des images en *patchwork*<sup>17</sup> – suivant l'expression de W. James (Lapoujade, 2007). Le choix des images, le collage, la retouche, les créations originales sont en effet autant de façons de fabriquer des rapprochements et des échos entre des blasons très dissemblables et d'origines hétérogènes. Ces opérations, de proche en proche, « cousent » les images choisies et, au-delà, les petites croyances vivantes qu'elles portent. Le thème de la guilde n'est alors plus seulement un fond sur lequel viennent s'inscrire les références de chacun, mais l'un des fils qui les réunit, les motive et les lie. Pour la plupart, c'est plus une tendance qu'un état.



**Figure 15.** Deux exemples de guildes qui ont décliné leur propre « vision du troll » sur tous les supports : en haut, les profils de leurs membres ; en bas sur les côtés, le blason de chaque guilde ; et en bas au milieu... deux jouets en papier à monter soi-même (*Paper Toy*).

Certains groupes atteignent, au fil des années, un degré assez étonnant d'intégration de leurs représentations. Cela se manifeste souvent par leur déclinaison sur tous les supports disponibles – blasons, profils, mais aussi apparence des forums, de l'interface du jeu, invention de nouvelles « vues » représentant le terrain de jeu (Figure 3) (Boutet, 2010). De nouveaux supports sont également mobilisés, comme des T-Shirts, ou encore des jouets en papier à monter soi-même (*Paper Toy*). L'ambiance graphique de la guilde réinterprète alors le jeu et devient une référence en soi – il ne s'agit plus d'agencer des images de posters, mais d'un nouveau graphisme dont on peut

<sup>17</sup> De ce tissu formé de carrés d'étoffe comprenant chacun une image, G. Deleuze écrit : « les Américains ont inventé le patchwork au même sens où l'on dit que les Suisses ont inventé le coucou » (Deleuze, 1989, p.198). Il fait l'objet de multiples mentions dans l'imaginaire médiatique américain – du dessin animé *Les Simpsons* à la série *Twilight*.

faire des posters (Figure 15). Dans ces cas là, « la guilde » atteint une telle cohérence qu'elle ressemble beaucoup aux cultures locales étudiées traditionnellement par l'ethnologie, à ceci près que les guildes sont formées d'une synthèse locale de matériaux récupérés, qui en font la chair et les ancrent par des attachements aussi nombreux qu'infimes aux imaginaires médiatiques. La guilde comme (mi)lieu des références culturelles – et de leur mise en travail – est ainsi plus une « coalition » qu'une « identité ». Les trolls rejoignent sur ce point les gargouilles modernes auxquelles D. Haraway a donné le nom de « cyborg » : « Le cyborg traduit un ensemble de 'mises au pluriel' qui modifient la structure du 'nous' et font passer le sujet du féminisme d'une identité universelle à une coalition » (Hoquet, 2009, p.119).

## 4. Conclusion

Parce que les images ont souvent été mésestimées (Péquignot, 2008 ; Boutet, 2009), leur analyse demande de mobiliser des ressources apparemment dispersées, dont nous avons contribué à souligner la complémentarité : l'histoire de l'art (Belting, 2005), *l'approche communicationnelle* (Burke, 1984 ; Amato, Pereny, 2009 ; Georges, 2010), et *le souci de la pratique* – ce dernier à travers la « réception faible des œuvres » de J.-C. Passeron (Passeron, 1991, p. 279) et les « médiations du goût » d'A. Hennion (Hennion, 2009).

Sur le terrain du jeu web *Mounthyhall*, *la promotion de la laideur* introduit une coupure symbolique claire entre corps et avatar, qui redouble l'absence de face-à-face. La configuration est ainsi différente de celle des sites de rencontre et des réseaux sociaux, où les participants cherchent à arranger leur présentation selon les conventions. Ce qui s'expérimente au sein de *Mounthyhall* n'est pas une présentation idéale de soi, mais « la mise en relation d'une multitude de références » qui, tout en étant aujourd'hui assez fréquente, n'a pas encore donné lieu à beaucoup d'investigations (Le Guern, 2009, p.41). En suivant les joueurs dans leurs façons d'expérimenter cette profusion, cette dissonance et cette précarité du sens, nous avons vu qu'ils n'inventent pas l'incongruité (Figure 1 ; Figure 2) ; ils essaient plutôt de la réduire, tout en refusant de renier leurs attachements multiples.

Le blason ouvre à l'exploration tout ce à quoi l'on tient et se sent attaché, sans être tout à fait sûr de vouloir ou de pouvoir en parler. Ce sont en quelque sorte des « façons d'apprécier », de « valuer » (Dewey, 2011). Comme les « façons de parler » décrites par J. Gumperz, elles nous inscrivent au sein d'une « culture de la diversité du proche et de la distance radicale, qui fabrique de l'accessibilité et de la visibilité mutuelle sans échange » (Joseph, 1996). Si beaucoup d'équipements participent de notre « histoire intime » (Turkle, 2007), si certains jouent le rôle de « supports d'individu » (Martuccelli, 2002) ou permettent de « prendre soin de soi » (Abbas, Dervin, 2009), rares sont ceux (et seulement dans des conditions particulières) qui comme *Mounthyhall* équipent un rapport réflexif à nos identités.

L'ironie des enquêtes, par exemple le rapprochement du *Ché* et de *Sarkozy*, ou de *Frodo* et de *Casimir*, est l'un de ces moments hésitants et ambigus qui peuvent tout aussi bien sombrer dans le non-sens que préparer des solidarités nouvelles ou pointer des oppositions futures. Ce sont des moments dont l'analyse est précieuse pour une pensée critique d'orientation pragmatique – attentive aux solidarités naissantes et non aux seules formes du discours déjà construit (Boltanski, 2008). On peut ainsi explorer les outils de la réflexivité ordinaire, en précisant le rôle qu'y joue la manipulation des images. Cette étude d'« après les œuvres » permet de décrire en particulier la façon dont les acteurs s'approprient aujourd'hui leurs répertoires culturels, et les grammaires de mobilisation de ces répertoires. S'il ne s'agit pas d'une mobilisation proprement politique, nous pointons néanmoins à travers les avatars des formes originales de coalition.

## 5. Bibliographie

- Abbas, Y., Dervin, F. (eds.), 2009. *Digital Technologies of the Self*, Cambridge, Cambridge Scholars Publishing.
- Amato, E. A., Pereny, E., 2009. « L'avatar en ligne : une passerelle heuristique entre hypermédias et cybermédias ». In: *Actes de H2PTM'09*, 30 Spetembre, 1 et 2 Octobre 2009, Université Paris 8.
- Belting, H., 2005. *Pour une anthropologie des images*. Paris, Gallimard.
- Boltanski, L., 2008. « Institutions et critique sociale. Une approche pragmatique de la domination ». *Tracés. Revue de Sciences Humaines*, Hors-série 2008 « Présent et futurs de la critique », p.17-43.
- Boutet, M., 2003. « Des jeux d'adultes ? Corporéités et sociabilités dans les cyberespaces ludiques ». In : Roustan, M. (Ed), *La pratique du jeu vidéo : réalité ou virtualité ? Paris*, L'Harmattan, p.99-111.
- Boutet, M., 2008. « S'orienter dans les espaces sociaux en ligne. L'exemple d'un jeu. » *Sociologie du travail*, 50 (4), p.447-470.
- Boutet, M., 2009. « Un objet peut en cacher une autre. Relire Un art moyen de Pierre Bourdieu au regard de trente ans de sociologie des usages ». *Réseaux*, (155), p.180-214.
- Boutet, M., 2010. « Innovation par l'usage et Objet-frontière. Les modifications de l'interface du jeu en ligne *Mounthyhall* par ses participants. » *Revue d'anthropologie des connaissances*, vol. 4, n°1.
- Burke, K., 1984. *Permanence and Change. An Anatomy of Purpose*. Berkeley and Los Angeles, University of California Press.
- Clifford, J., 1982. « Ethnographie polyphonie collage », traduit de l'américain par Jacqueline Mer. *Revue de musicologie*, t. 68<sup>e</sup>, n°1/2, p.42-56.
- Deleuze, G., 1989. « Postface : Bartleby, ou la formule. » In : Melville, H., *Bartleby. Les Iles enchantées*. Paris, GF Flammarion.
- Dewey, J., 2011. *La formation des valeurs*, traduction et introduction par A. Bidet, L. Quéré, G. Truc, Paris, La Découverte, coll. Les Empêcheurs de penser en rond.
- Donnat, O., 2009. *Les pratiques culturelles des français à l'ère numérique. Enquête 2008*. Paris, Éditions La Découverte / Ministère de la Culture et de la Communication.
- Dubuisson-Quellier, S., 2009. *La consommation engagée*. Paris, Les Presses de SciencesPo.
- Eco, U. (dir.), 2007. *Histoire de la laideur*. Paris, Flammarion.
- Freud, S., 1933. « L'inquiétante étrangeté ». In : Bonaparte, M., Marty, E., *Essais de psychanalyse appliquée*. Paris, Gallimard. (Consulté le 23/07/2010) <http://classiques.uqac.ca/>
- Georges, F., 2010. *Identités virtuelles. Les profils utilisateurs du web 2.0*. Paris, L > P / Questions théoriques.
- Goffman, E., 1975. *Stigmate. Les usages sociaux des handicaps*. Paris, Editions de Minuit.
- Goffman E., 1991. *Les cadres de l'expérience*. Paris, Editions de Minuit.
- Gumperz, J., 1989. *Engager la conversation*. Paris, Minuit.
- Hennion, A., 2009. « Réflexivités. L'activité de l'amateur. » *Réseaux* 153, p.55-78.
- Hoquet, T., 2009. « De Canguilhem aux cyborgs ». *Critique*, n°740-741, p.106-119.
- James, W., 2004. *The Varieties of Religious Experience*. New York, Barnes & Nobles Classics.

- Jenkins, H., 2006. *Convergence culture. Where old and new media collide*. New York, New York University Press.
- Joas, H., 2000. *The Genesis Of Values*. Chicago, University of Chicago Press.
- Joseph, I., 1984. *Le passant considérable*. Paris, Librairie des Méridiens.
- Joseph, I., 1996. « Les compétences de rassemblement. Une ethnographie des lieux publics ». *Enquête*, n°4 « La ville en sciences sociales », p.107-122. (Consulté le 22/07/2010) <http://enquete.revues.org/document773.html>
- Joseph, I., 1998. *Erving Goffman et la microsociologie*. Paris, Puf Philosophies.
- Joseph, I., 2001. « Tarde avec Park. A quoi servent les foules ? ». *Multitudes* 7. (Consulté le 22/07/2010) <http://multitudes.samizdat.net/Tarde-avec-Park>
- Klastrup, L., Tosca, S., 2009. « “Because it just look cool!” Fashion as character performance: The Case of WoW » *Journal of Virtual Worlds Research*, vol.1, n°3. (Consulté le 20/07/2010) [http://jvwresearch.org/page/volume\\_1\\_number\\_3\\_cultures\\_of\\_virtual\\_worlds](http://jvwresearch.org/page/volume_1_number_3_cultures_of_virtual_worlds)
- Lahire, B., 2001. *L’homme pluriel. Les ressorts de l’action*. Paris, Armand Colin/Nathan.
- Lapoujade, D., 2007. *William James. Empirisme et pragmatisme*. Paris, Les empêcheurs de penser en rond / Le Seuil.
- Le Guern, P., 2009. « « No matter what they do, they can never let you down... ». Entre esthétique et politique : sociologie des fans, un bilan critique. » *Réseaux* 153, p.19-54.
- Leroi-Gourhan, A., 1943. *Évolution et techniques*. I. L’Homme et la matière. Paris, Albin Michel.
- Marcus, G. E., 2010. « Ethnographie du/dans le système-monde. L’émergence d’une ethnographie multi-située ». In : Céfaï D. (dir.), *L’engagement ethnographique*. Paris, Editions de l’EHESS.
- Mead, G. H., 2006. *L’esprit, le soi et la société*. Traduction de D. Céfaï et L. Quéré. Paris, PUF.
- Monnoyer-Smith, L., 2006. « Etre créatif sous la contrainte. Une analyse des formes nouvelles de la délibération publique. » *Politix* 75, Dossier « Dispositifs participatifs ».
- Overington, M. A., 1977. « Kenneth Burke and the method of dramatism ». *Theory and Society*, Vol.4, n°1, p.131-156.
- Passeron, J.-C., 1991. *Le raisonnement sociologique. L’espace non-poppérien du raisonnement naturel*. Paris, Nathan.
- Péquignot, B., 2008. *Recherches sociologiques sur l’image*. Paris, L’Harmattan.
- Mori, M., 1970. « The Uncanny Valley ». *Energy*, 7(4), p.33-35. Traduction en ligne de MacDorman, K. F., Minato, T. (Consulté le 9/7/2010) <http://www.androidscience.com/theuncannyvalley/proceedings2005/uncannyvalley.html>
- Schön, D., 1983. *The Reflective Practitioner. How professionals think in action*. London, Temple Smith.
- Taylor, T. L., 2003. « Intentional Bodies : Virtual Environments and the Designers Who Shape Them ». *International Journal of Engineering Education*, Vol. 19, n°1, p.25-34.
- Turkle, S. (ed.), 2007. *The Inner History of Devices*. Cambridge, The MIT Press.
- Voisenat, C., 2009. « Comment peut-on être troll ? Le joueur et ses personnages dans l’univers de World of Warcraft ». *Terrain* 52, p.126-141.