

**Faculté des sciences économiques,  
sociales, politiques et de communication**

# **L'impact des skins sur l'intégration sociale dans les communautés de jeux-vidéos**

Auteur : Gianni Pignoli  
Promoteur(s) : Jerry Jacques  
Année académique 2023-2024  
Master [120] en communication, à finalité spécialisée : stratégie et  
communication web



## Table des matières

Prologue – Remerciements.....	4
Chapitre 1 : Contexte et cadre théorique.....	5
1.1 Introduction au monde des jeux vidéo.....	5
1.1.1 Historique et évolution du jeu vidéo .....	6
1.1.2 Les différents genres de jeux vidéo.....	8
1.1.3 Économie du jeu vidéo .....	9
1.1.4 Les effets des nouveaux moyens de transactions sur l'industrie du jeu-vidéo	12
1.2 Les jeux en ligne et leurs communautés .....	12
1.2.1. Les communautés virtuelles et en ligne .....	14
1.2.2 Les communautés hors-ligne.....	15
1.2.3 La nature hybride des communautés de joueurs.....	15
1.2.4 L'intégration au sein des communautés de joueurs.....	16
1.3 L'identité virtuelle & les skins .....	18
1.3.1 L'identité virtuelle.....	18
1.3.2 Les skins .....	19
1.4 Problématique et question de recherche .....	26
1.4.1 Problématique : comment les skins influencent-ils l'intégration sociale dans les communautés de joueurs ? .....	26
Chapitre 2 : Méthodologie de recherche .....	27
2.1 Approche de recherche.....	27
2.2 Recueil des données .....	28
2.3 Introduction au guide d'entretien .....	29
2.4 Guide d'entretien .....	31
2.4 Analyse des données .....	33
2.5 Limites de la recherche .....	34
Chapitre 3 : Résultats et analyse des entretiens .....	36

3.1 Introduction .....	36
3.2 Diverses informations sur les participants .....	37
3.3 L'analyse thématique .....	37
3.3.1 Les motivations d'acquisitions et d'achats des skins .....	38
3.3.2 Les skins et l'intégration sociale .....	47
3.3.4 La perception des joueurs par les joueurs.....	56
3.4 Les perspectives des non-joueurs.....	58
3.4.1 Pierre, responsable marketing Wild Bishop .....	58
3.4.2 Mr D, responsable coordination contre le harcèlement.....	59
3.4.3 Réflexions sur les perspectives des non-joueurs.....	60
3.5 Liens avec la théorie et les experts .....	60
3.5.1 L'identité virtuelle .....	60
3.5.2 L'usages des skins .....	60
3.5.3. Les espaces de négociations .....	61
3.5.4 La nature hybride des communautés et le « troisième lieu ».....	61
3.5.5 Le harcèlement et la pression sociale dans les jeux .....	62
3.6 Synthèse des résultats .....	63
Chapitre 4 : Les recommandations et conclusions de recherches.....	65
4.1 Le résumé des découvertes .....	65
4.1.1 La confirmation des théories existantes et les nouveaux facteurs identifiés ..	65
4.1.2 Le rôle des skins dans les interactions sociales en ligne : .....	66
4.1.3 La variation selon le type de jeu : .....	66
4.1.4 La difficulté d'isoler le rôle des skins : .....	66
4.1.5 L'importance des skins et des communautés : .....	66
4.1.6 Le paradoxe de l'utilité des skins : .....	67
4.1.7 L'impact sur les communautés hors-ligne : .....	67
4.2 Les limitations de l'étude .....	67

4.2.1 La difficulté à isoler le rôle des skins des autres facteurs d'intégration.....	67
4.2.2 La divergence entre perception et réalité.....	68
4.2.3 Les limites des méthodes d'observation .....	68
4.2.4 L'absence de méthodes quantitatives .....	68
4.2.5 L'échantillonnage limité .....	68
4.2.6 La variabilité entre les types de jeux.....	69
4.2.7 La diversité des niveaux d'implication communautaire .....	69
4.3 Les pistes pour des recherches futures.....	69
4.3.1 Approfondir l'étude par type de jeu .....	69
4.3.2 Des études sur les interactions en ligne et hors-ligne séparées .....	70
4.3.3 Les addictions et les effets néfastes des skins.....	70
4.3.4 L'étude du marché des skins et leurs effets économiques sur le marché du jeu vidéo.....	70
4.3.5 L'impact des skins dans le métavers et les jeux VR.....	71
4.3.6 Les études longitudinales sur l'impact des skins.....	71
4.4 Conclusion .....	71
Bibliographie .....	75

## Prologue – Remerciements

Avant de rentrer dans le vif du sujet, j’aimerais remercier toutes les personnes qui ont contribué de près ou de loin à la réalisation de ce mémoire. Je suis persuadé que sans elles et leur soutien, je n’aurais pas pu mener à bien cette recherche. J’aimerais également remercier quelques personnes en particulier.

Tout d’abord, je voudrais remercier mon promoteur, M. Jerry Jacques, pour m’avoir repris sous son aile en cours de route. Grâce à son expertise et à ses précieux conseils, l’écriture de ce mémoire a été beaucoup plus simple pour moi.

De plus, j’aimerais exprimer ma reconnaissance envers mon université pour avoir mis à disposition des étudiants toutes les ressources nécessaires. En effet, les aides mises en place durant tous les blocus m’ont toujours permis d’étudier et de travailler dans des conditions optimales.

Une autre personne très importante que j’aimerais remercier est ma copine Molly. Lors des moments difficiles, elle a toujours été là pour me soutenir et me permettre de dissiper les doutes qui s’installaient parfois en moi lors de la rédaction de ce travail de fin d’études.

Aussi, la présence de l’ensemble de mes amis a été un facteur clé durant l’ensemble de ma scolarité. Sans eux, mes années d’université n’auraient pas eu la même saveur. C’est grâce à eux que j’ai pu, durant l’ensemble de mon cursus, allier amusement et travail.

Pour finir, je tiens réellement à remercier toutes les personnes qui ont pris la peine de m’accorder leur précieux temps pour répondre à mes questions lors des interviews. Sans vous et votre participation, je n’aurais pas pu recueillir des réponses précieuses et riches pour ma recherche. Grâce à vous, j’ai pu obtenir un échantillon de réponses variées et pertinentes.

Merci infiniment à tous et à toutes d’avoir contribué à ce travail. J’espère que ce mémoire vous rendra honneur.

## Chapitre 1 : Contexte et cadre théorique

### 1.1 Introduction au monde des jeux vidéo

Dans un contexte dynamique, les « skins » dans les environnements de jeux vidéo transcendent leur signification d'origine pour devenir, pour certains, des vecteurs de sens et d'intégration dans toutes les dimensions de la communauté des joueurs de jeux vidéo, que ce soit en ligne ou hors ligne. Mon intérêt pour cette étude découle d'une combinaison d'intérêt personnel pour les mécanismes de personnalisation offerts par les jeux, de ma participation active au monde des jeux vidéo et de la manière dont ces éléments numériques s'intègrent dans diverses dynamiques sociales et individuelles.

Depuis mon plus jeune âge, les jeux vidéo ont toujours eu une place très importante dans ma vie. En effet, c'est à l'âge de quatre ans que mon père m'a mis pour la première fois à côté de lui pour me montrer le jeu vidéo auquel il jouait. Depuis ce jour, j'ai toujours admiré le monde du 10<sup>ème</sup> art ainsi que tout ce qui en découle.

En grandissant, j'ai découvert quelque chose qui m'a directement fasciné au sein de ces jeux vidéo : les skins. Pour faire simple, un skin est une modification esthétique d'un élément de jeu qui n'affecte pas le gameplay. Nous reviendrons plus en détails sur cette définition dans la suite de ce mémoire.

C'est sur le jeu Team Fortress 2 que j'ai commencé à échanger ces cosmétiques en me rendant sur des serveurs dédiés à l'échange de skins. En effet, les cosmétiques, plus généralement appelés skins, ont très rapidement ajouté un nouveau niveau d'interaction dans le jeu. Si ces derniers ont très rapidement été reconnus comme une révolution, c'est parce qu'ils ajoutent plusieurs dimensions aux jeux tels que la collection, de nouveaux moyens de personnalisation, des marchés d'échange, etc. Contrairement à ce que l'on pourrait penser en se référant à leur nom, les cosmétiques n'ont pas uniquement une valeur esthétique. Pour certains, ils sont des emblèmes de statut, pour d'autres, des objets de désir et même des marqueurs d'identités fortes pour certaines communautés adorant les skins. Cette exposition très jeune à la culture du web et des jeux vidéo est donc devenue cruciale dans ma vision des relations entre les personnes dans l'espace virtuel et m'a très fortement inspiré pour ce choix de thématique et la rédaction de ce mémoire.

À l'heure actuelle, plusieurs personnes se sont intéressées à ce qu'implique les skins au-delà de leurs valeurs esthétiques. Avoir un skin dans un jeu vidéo peut favoriser notre

cohésion sociale. En effet, ces artefacts numériques vont permettre à leur propriétaire de refléter une nouvelle identité numérique. Taylor (2006) illustre très bien ces propos en affirmant que ces objets et ressources virtuels dans les jeux (dans notre cas, les skins) représentent une forme de « capital symbolique ». Même si ces derniers sont intangibles, ils peuvent néanmoins être imprégnés de significations et de pouvoirs, ce qui permet entre autres de conférer des statuts ou encore de modifier notre identité en ligne. L'acquisition de ces biens peut nous faire facilement penser à notre société traditionnelle où le prestige est recherché par l'accumulation de biens précieux. Bainbridge (2010) a également souligné que les marchés d'échange de biens, dont les skins, dans les jeux vidéo, ne sont pas simplement des espaces de négociation et de commerce de nature économique, mais qu'ils établissent également des liens sociaux, des normes communautaires et des ordres sociaux. Ainsi, ces marchés deviennent des lieux où les frontières entre le virtuel et le réel s'estompent, affectant les perceptions et les comportements des personnes dans les deux réalités.

La question à laquelle cette étude répond est la suivante : « **Comment les skins influencent-ils l'intégration sociale dans les communautés de joueurs ?** » À partir de cette question, nous pouvons comprendre comment les skins, en tant qu'objets de désir et de distinction, façonnent la logique des interactions sociales, contribuant à la formation des identités à l'intérieur et à l'extérieur des espaces de jeu.

Dans cette quête de compréhension, des entretiens et une étude de cas issus des communautés de joueurs permettront de comprendre comment ces échanges en ligne impactent les perceptions et les relations sociales. Nous visons à approfondir nos connaissances en fournissant ce nouveau prisme pour voir comment les éléments virtuels des contextes de jeu s'entrelacent avec les dynamiques de la vie sociale.

### 1.1.1 Historique et évolution du jeu vidéo

Pour bien comprendre dans quel monde les skins évoluent, il est primordial de comprendre la naissance et l'évolution du jeu vidéo.

Les toutes premières traces des jeux vidéo remontent au début des années cinquante, une époque bien éloignée de la nôtre d'un point de vue technologique et culturel. Le premier jeu vidéo reconnu s'appelait « Tennis for Two ». Il fut inventé par William Higinbotham en 1958 (Wolf, 2008). Cependant, ce n'est que quelques années plus tard, en 1970, qu'Atari commercialisera le jeu « Pong » et rencontrera un succès mondial.

Comme son prédécesseur, il s'agit d'un jeu de tennis se jouant en un contre un. Avec cette création, une nouvelle ère émergea dans le paysage culturel et social : l'ère des jeux vidéo.



Comme nous pouvons le voir sur ce graphique réalisé par Newzoo (2020), l'industrie des jeux vidéo connaît une croissance commerciale énorme. De plus, elle joue un rôle social très important, bien que cela n'ait pas toujours été le cas. Autrefois, cette activité était perçue par beaucoup comme une sous-culture ou adaptée uniquement aux jeunes garçons. Heureusement, aujourd'hui, elle est reconnue comme un média légitime dont l'impact va bien au-delà du divertissement. Grâce aux jeux en ligne, de nombreuses activités communautaires et sociales ont vu le jour, telles que des collaborations entre joueurs, des compétitions en ligne et hors ligne, la création de communautés, des événements, etc.

Prenons par exemple les jeux « Fortnite », « League of Legends » et « World of Warcraft ». Ces titres ont réussi à réunir des millions de personnes du monde entier, créant des communautés qui existent en dehors du monde virtuel du jeu. Non seulement ces joueurs s'expriment en temps réel dans les jeux eux-mêmes, mais ils partagent également leurs opinions sur les réseaux sociaux, les forums de discussion ou même lors de réunions et d'événements en face-à-face. Ces jeux ont également donné naissance à de nouvelles formes de personnages publics, comme les streamers et les

compétiteurs esports, des personnes qui jouent à des jeux de manière professionnelle et qui peuvent transformer leur passe-temps en un véritable emploi.

### 1.1.2 Les différents genres de jeux vidéo

Pour mener à bien cette étude, il est essentiel d'examiner les genres de jeux vidéo, car chacun possède des caractéristiques uniques influençant le gameplay et les interactions entre joueurs. Comprendre ces genres aide à saisir le contexte dans lequel les skins prennent place et affectent l'expérience des joueurs.

A travers ce travail, j'ai choisi de me concentrer uniquement sur cinq genres parmi les plus populaires : les jeux en ligne massivement multijoueurs (MMO), les jeux de tir à la première personne (FPS), les jeux de rôle (RPG), les jeux multijoueurs de type arène de bataille (MOBA) et les jeux de bataille royale (Battle Royale).

#### 1.1.2.1 Jeux en ligne massivement multi-joueurs ou MMO

Les MMO (Massively Multiplayer Online) sont connus pour abriter de nombreux joueurs sur des cartes gigantesques dans un monde persistant. Même lorsque les joueurs sont déconnectés, le monde continue d'évoluer. Ces jeux favorisent l'interaction sociale et la construction de communautés virtuelles soudées et actives. Les MMO impliquent des activités comme des combats, des quêtes et des échanges d'objets (Bartle, 2004)

Parmi les licences les plus connues, nous pouvons citer World of Warcraft, Dofus, The Elder Scrolls, Final Fantasy XIV.

#### 1.1.2.2 Jeux de tir à la première personne (FPS)

Les FPS plongent le joueur dans l'univers à travers le regard de l'avatar qu'il contrôle, généralement armé, avec pour objectif d'abattre des ennemis. Ces jeux nécessitent souvent coopération et compétition, utilisant stratégie, habileté et travail d'équipe. (Colzato et al., 2015)

Les FPS les plus connus sont la série des Call of Duty, la série des Battlefield, la série des Counter-Strike, Apex et Valorant.

#### 1.1.2.3 Jeux de rôle (RPG)

Les RPG permettent aux joueurs d'incarner des personnages dans des univers fictifs, souvent médiévaux ou fantastiques. Ces jeux se distinguent par leur focalisation sur l'histoire, la narration et le développement des personnages. Les RPG offrent des arcs narratifs complexes et des choix impactant le jeu (Juul, 2005)

Parmi les jeux les plus connus, nous pouvons citer Skyrim, The Witcher, Pokémon et The Legend of Zelda.

#### 1.1.2.4 MOBA

Les MOBA (Multiplayer Online Battle Arena) opposent deux équipes de joueurs dont l'objectif est de détruire la base adverse. Les joueurs contrôlent des héros avec des compétences spécifiques. Les MOBA sont populaires dans l'esport, avec des compétitions internationales et des joueurs reconnus (Jenny et al., 2016)

Les MOBA les plus populaires sont League of Legends et Dota 2.

#### 1.1.2.5 Battle Royale

Le genre Battle Royale, récent mais très populaire, regroupe des millions d'adeptes avec des titres comme Fortnite, Apex Legends et PUBG.

Le concept central est simple : un grand nombre de joueurs sont largués sur une grande zone de jeu et doivent éliminer les autres pour être le dernier survivant. Ce genre offre une expérience dynamique et compétitive, attirant particulièrement la génération Z et les milléniaux. (Newzoo, 2019; Esports.net, 2024)

#### 1.1.2.6 Hybridation des genres

Les genres de jeux vidéo peuvent fusionner pour enrichir l'expérience de gameplay. Par exemple, Destiny 2 combine des éléments de MMO, FPS et RPG : il nécessite la collaboration de nombreux joueurs sur une grande carte (MMO), utilise une vue à la première personne et des armes (FPS), et place l'histoire au centre du gameplay (RPG). De même, World of Warcraft est un MMORPG, fusionnant les caractéristiques des MMO et RPG. Cette hybridation des genres permet de créer des expériences de jeu nouvelles et ingénieuses, reflétant l'innovation constante de l'industrie du jeu vidéo.

#### 1.1.3 Économie du jeu vidéo

Au fil des ans, l'économie des jeux vidéo a fortement évolué. Avant, quand on voulait acheter un jeu vidéo, cela se produisait comme n'importe quel produit des commerces traditionnels. On payait une seule fois et le jeu que l'on venait d'acheter était en notre possession. Entre-temps, de nombreuses façons d'échanger sur ce marché ont vu le jour. Ces échanges incluent des mises à jour périodiques, du contenu additionnel, des abonnements, etc. D'après une recherche de l'EDHEC Business School effectuée en 2020, cette mutation vers ce nouveau modèle économique est due au fait que les

éditeurs ont vu leurs risques financiers augmenter, ce qui les a poussés à utiliser de nouvelles sources de rentabilité.

Ce modèle économique est devenu prédominant pour plusieurs raisons principales tels que :

1. **La perception d'un revenu récurrent** : Contrairement à un achat unique, les transactions multiples permettent aux développeurs de recevoir un flux continu de revenus. Les joueurs vont dépenser régulièrement leur argent dans divers contenus tels que des biens virtuels, des skins, du contenu supplémentaire, etc. Hamari et Keronen (2017) confirment cela en indiquant que ce modèle peut considérablement augmenter les bénéfices sur le long terme. De plus, selon une étude de van Rooij et al. (2018), les joueurs qui s'engagent dans un système de paiement régulier sont susceptibles de dépenser de l'argent sur la longueur et donc de financer un jeu sur une durée de vie beaucoup plus longue qu'une transaction traditionnelle.
2. **L'augmentation des coûts de développement** : Ces dernières années, le coût de développement d'un jeu vidéo a fortement augmenté. C'est pour cette raison que les développeurs ont dû trouver des financements alternatifs pour pouvoir offrir aux joueurs des univers avec des graphismes avancés, des mondes ouverts plus vastes et des meilleures expériences de jeu (Schreier, 2017).
3. **La réduction des barrières à l'entrée** : Proposer un jeu gratuitement est une stratégie pour les développeurs. En effet, un jeu gratuit va permettre d'attirer une base de joueurs beaucoup plus large au lancement du jeu. Une fois ces derniers investis dans le jeu, ils seront donc plus susceptibles de faire des achats intégrés. (Marchand & Hennig-Thurau, 2013)
4. **L'évolution de l'attente des joueurs** : Les joueurs modernes s'attendent à avoir des mises à jour régulières ainsi qu'avoir des outils pour personnaliser leur expérience de jeu. Ce nouveau modèle, en plus d'être bénéfique pour les développeurs est également un moyen de satisfaire aux demandes des consommateurs.

De plus, si nous nous attardons sur ce marché, c'est parce que les transactions monétaires sont au cœur de l'acquisition des skins. En effet, il existe certes des skins qui peuvent être acquis de manière totalement gratuite, notamment en relevant certains

défis, en participant à des événements, avec de l'argent fictif ou tout simplement en jouant, mais la grande majorité des skins sont obtenus uniquement via des transactions monétaires. Dans cette partie, nous allons donc passer en revue les moyens d'acquisition d'un skin.

#### 1.1.3.1 Microtransactions

Les microtransactions sont un moyen de paiement de plus en plus présent dans les jeux vidéo modernes. Elles sont systématiquement présentes dans les free-to-play, mais aussi dans certains jeux payants. Ces transactions, souvent à des coûts bas, permettent d'acheter une variété d'articles in-game. Ce modèle économique est devenu indispensable dans les free-to-play pour que les développeurs puissent proposer du contenu gratuitement tout en monétisant le développement des jeux. D'après Costes et Bonnaire (2022), cette stratégie permet aux créateurs de jeux de proposer le contenu principal gratuitement, tout en monétisant l'expérience par des achats optionnels.

##### 1.1.3.1.1 Loot box

Les loot boxes sont une sous-catégorie de microtransactions générant près de 1 milliard de dollars en 2023 rien que sur le jeu Counter-Strike : Global Offensive (Niemeyer, 2024). Elles se présentent sous forme de boîte contenant des objets pouvant être obtenu de manière aléatoire. Plus un objet est rare et cher, moins il a de chances d'être déballé par le joueur. Ces transactions suscitent des polémiques en raison de leur caractère aléatoire et des pertes potentielles pour les joueurs, comparées à des jeux d'argent (Zendle et al., 2019). Dans certains pays comme la Belgique, ce système est réglementé pour assurer des gains ou parfois même interdit dans le cas où les développeurs ne veulent pas l'adapter aux lois belges.

##### 1.1.3.2 DLC et abonnements

Les développeurs exploitent également les DLC (contenu téléchargeable) et les abonnements. Les abonnements permettent un accès régulier à du contenu supplémentaire, comme dans le jeu Trackmania. Les DLC, eux, agissent comme des extensions du jeu original, ajoutant des niveaux, des histoires ou des skins. La vente des DLC a rapporté près de 5,8 milliards de dollars en 2020 (Statista Research Department, 2020).

### 1.1.3.3 Season pass

Les abonnements saisonniers, ou "season pass", offrent aux joueurs du contenu exclusif pendant une durée limitée, incluant objectifs, personnages, environnements et skins. Ils encouragent l'engagement continu des joueurs, renforçant leur attachement au jeu. Cependant, ils peuvent inciter à un jeu excessif et perturber l'équilibre de vie des joueurs. King et Delfabbro (2019) soulignent les questions éthiques soulevées par ces modèles économiques, notamment leur impact sur le bien-être des joueurs.

### 1.1.4 Les effets des nouveaux moyens de transactions sur l'industrie du jeu-vidéo

Comme nous avons pu le voir dans cette partie, l'économie des jeux vidéo a fortement évolué et a vu naître l'émergence de divers modèles de monétisation, tels que les microtransactions, les loot boxes, les DLC et les abonnements saisonniers. Sans ces derniers, l'industrie du jeu vidéo ne pourrait pas survivre et permettre aux joueurs d'accéder à une si grande variété de contenu gratuitement.

Cependant, comme l'ont souligné King et Delfabbro en 2019, ces modèles économiques peuvent avoir des effets très importants sur le comportement des joueurs. Ils ont également soulevé des préoccupations éthiques, notamment en ce qui concerne l'équité, la transparence et les risques de dépendance pour les joueurs.

## 1.2 Les jeux en ligne et leurs communautés

Maintenant que nous en savons plus sur l'économie du secteur des jeux vidéo, il est temps de nous intéresser aux jeux vidéo en ligne et aux communautés présentes sur ces derniers afin de mieux comprendre dans quel contexte les skins existent.

Comme mentionné en introduction, les jeux en ligne ont non seulement révolutionné leur industrie, mais ils ont également transformé la manière dont les joueurs interagissent entre eux. Ils ont créé des plateformes où des millions de joueurs peuvent non seulement rivaliser, mais aussi collaborer et construire des relations.

Ces environnements virtuels immersifs offrent des expériences sociales qui transcendent les frontières géographiques et culturelles. Genvo & Philippette (2023) ajoutent que les jeux vidéo en ligne sont devenus des laboratoires de sociabilité où se développent de nouvelles formes d'interactions et de relations humaines. En effet, ces derniers sont devenus des espaces sociaux dynamiques où les interactions se multiplient via des chats écrits et vocaux, la formation d'équipes, et l'adhésion à des guildes ou des clans.

Selon Servais (2023), ces guildes et communautés en ligne représentent bien plus que de simples groupes de joueurs. Elles fonctionnent souvent comme de véritables micro-sociétés avec leurs propres règles, hiérarchies et rituels. Les membres d'une guilde ou d'un clan développent des liens sociaux forts, partagent des objectifs communs et souvent, créent des réseaux de soutien qui s'étendent au-delà du jeu lui-même.

Ainsi, les jeux en ligne et les communautés qui y sont associées jouent un rôle crucial non seulement dans l'expérience de jeu, mais aussi dans la formation de nouvelles formes de sociabilité et d'interaction humaine.

Cette dynamique sociale des jeux en ligne reflète la définition des communautés donnée par Sarason (1974) : « un ensemble de relations sociales, où les membres partagent un sentiment de connexion et d'appartenance ». Les joueurs, en se réunissant autour de leurs intérêts communs et en partageant des expériences de jeu, forment de véritables communautés en ligne.

Cependant, cette définition peut nous paraître un peu trop générale et non représentative du contexte dans lequel nous sommes, c'est-à-dire celui des jeux vidéo. Nous allons donc nous intéresser à une définition plus restreinte pour qu'elle corresponde mieux aux objectifs de notre travail.

Donc, de manière plus restreinte, une communauté peut se référer à des groupes avec des interactions plus directes et spécifiques, souvent centrées autour d'activités précises ou de contextes particuliers. Anderson (1983) propose que les communautés soient imaginées parce que même les membres des plus petites nations ne connaîtront jamais la majorité de leurs concitoyens, ni ne les rencontreront, ni même n'en entendront parler, mais dans l'esprit de chacun vit l'image de leur communion. Bien que cette définition s'applique initialement aux nations, elle peut être adaptée à des groupes plus restreints qui partagent une activité ou un intérêt commun.

Dans le contexte des jeux vidéo, cette définition trouve une résonance particulière. Les communautés de joueurs, bien qu'elles soient dispersées géographiquement et souvent anonymes, partagent une forte connexion et un sentiment d'appartenance grâce à leur intérêt commun pour les jeux vidéo. Ainsi, ces communautés de joueurs sont « imaginées » dans le sens où chaque membre se sent lié aux autres par cette passion commune, créant ainsi une véritable communauté virtuelle.

Dans cette section, nous allons donc nous concentrer sur la définition et l'impact des communautés dans le contexte des jeux vidéo, en lien avec notre question de recherche.

### 1.2.1. Les communautés virtuelles et en ligne

Dans l'univers des jeux vidéo, les communautés virtuelles jouent un rôle majeur. Elles sont définies par Rheingold en 2000 comme « des agrégations sociales qui émergent du Net lorsque suffisamment de personnes dialoguent publiquement assez longtemps, avec suffisamment de sentiment humain, pour former des réseaux de relations personnelles dans le cyberspace ». Autrement dit, ce sont des groupes de personnes qui vont se réunir en ligne pour interagir et partager des intérêts communs. Comme leur nom l'indique, elles sont dépourvues de rencontres en présentiel et existent grâce aux interactions en ligne.

Les communautés en ligne sont un terme encore plus large qui désigne les individus interagissant sur le Web, quelle que soit la plateforme ou la technologie utilisée. Par exemple, cela peut désigner les forums, les réseaux sociaux, les plateformes de diffusion vidéo, les messageries instantanées, etc. (Preece & Maloney-Krichmar, 2005). En résumé, les communautés virtuelles sont une sous-catégorie des communautés en ligne. Les communautés virtuelles sont majoritairement associées à des environnements immersifs et interactifs comme les mondes virtuels ou les jeux vidéo en ligne (Ducheneaut et al., 2007).

Ces communautés se forment autour d'une variété d'intérêts, allant des loisirs aux sujets professionnels, académiques, de santé et, bien entendu, dans notre cas, autour des jeux. Leur émergence est souvent stimulée par des plateformes en ligne telles que les forums, réseaux sociaux et systèmes de messagerie instantanée. Ce qui explique cette émergence est dû à la disponibilité de nombreuses plateformes en ligne comme les réseaux sociaux, les forums, etc. Dans le contexte des jeux vidéo, les jeux eux-mêmes deviennent des lieux de rassemblement et d'interaction pour ces communautés, augmentant ainsi le nombre d'interactions entre ces communautés (Preece & Maloney-Krichmar, 2005).

Au sein de ces communautés de joueurs, il y a une multitude de rôles divers et variés. Les membres peuvent adopter des rôles formels ou informels, influençant la structure et la dynamique de la communauté. Par exemple, dans les communautés de jeu, certains individus peuvent agir en tant que leaders de guilde, modérateurs de forums, créateurs

de contenu, entre autres, contribuant activement à l'organisation et à l'animation de ces groupes (Ducheneaut et al., 2007).

### 1.2.2 Les communautés hors-ligne

Avec la popularisation grandissante des jeux vidéo au cours des dernières décennies, l'influence des communautés de joueurs s'étend bien au-delà du monde virtuel, touchant divers aspects de la société et s'imprégnant dans les communautés « hors-ligne ». Elles se rapprochent donc de la définition plus générale des communautés.

Pour rappel, Sarason (1974) définit les communautés comme « un ensemble de relations sociales, où les membres partagent un sentiment de connexion et d'appartenance »

Les joueurs de jeux vidéo, étant acceptés aujourd'hui par la majorité de la population, vont donc s'intégrer activement dans ces communautés hors-ligne. En effet, il est même possible que leur identité de joueur influence parfois la manière dont ils vont s'intégrer socialement dans divers contextes tels que la famille, le milieu scolaire, le travail ou encore les différents cercles d'amis. Etant un domaine assez populaire, les jeux vidéo peuvent servir de point d'intérêt commun entre plusieurs personnes et donc permettre une intégration plus facile en facilitant la communication et la création de nouveaux liens sociaux (Cole & Griffiths, 2007). Aussi, Servais (2023) souligne que ces interactions en ligne peuvent entraîner des répercussions positives sur la vie réelle des joueurs, en améliorant leurs compétences de communication et leur capacité à travailler en équipe

Par exemple, les discussions autour de jeux vidéo populaires peuvent devenir un sujet de conversation commun, aidant à briser la glace et à établir des connexions entre individus. Dans les établissements scolaires ou les lieux de travail, les groupes d'intérêt autour des jeux vidéo peuvent se former, favorisant ainsi l'interaction sociale et le sentiment d'appartenance à un groupe (Steinkuehler & Williams, 2006).

En conclusion, on remarque que de plus en plus d'interactions liées aux jeux vidéo ont lieu entre les communautés virtuelles et hors-ligne.

### 1.2.3 La nature hybride des communautés de joueurs

Il existe un espace hybride dans lequel les communautés de jeux vidéo se trouvent, où les interactions en ligne et hors-ligne se mêlent et se complètent. Cette dualité est soulignée par Baym (2010) qui décrit comment les nouvelles technologies médiatiques

transforment les communautés en espaces « navigables », où les membres peuvent interagir à la fois dans des environnements virtuels et réels. En effet, dans le domaine des jeux vidéo, les communautés ne se réduisent pas à des échanges à travers des écrans mais se prolongent dans des rencontres en personne lors de conventions, de compétitions ou de réunions locales.

La distinction entre les mondes virtuels et les mondes physiques est aujourd'hui plus complexe à remarquer. Les joueurs n'interagissent pas seulement dans le jeu, mais créent des liens qui dépassent le cadre virtuel pour affecter leurs vies hors ligne. Les espaces de jeu sont alors qualifiés par Taylor (2006) de « troisièmes lieux », de lieux sociaux en dehors du domicile et du travail où les communautés se construisent, se renforcent par des interactions régulières et des expériences communes.

Afin de faciliter leur intégration sociale dans les jeux en lignes ou hors-lignes, certains joueurs pratiquent des échanges de marchandises, d'objets virtuelles et participent à des discussions sur des forums ou sur les réseaux sociaux. D'après Rheingold (2000) et Wellman (2001), ces initiatives accentuent le sentiment d'appartenance et d'identité à un groupe d'individus. Ce qui démontre alors que les communautés en ligne peuvent se transformer en véritables réseaux de soutien social, solides et similaires à ceux qui peuvent déjà exister dans le monde réel.

Ces communautés possédant cette mixité d'échanges, présentent de nombreuses opportunités pour encourager l'interaction sociale. Cependant, il y a également des inconvénients, notamment à propos de la gestion de l'identité du joueur et des différents rôles sociaux auxquels ils sont confrontés. En effet, comme l'ont souligné Postmes et al. (2000), les normes de comportements en ligne peuvent être très différentes de celles hors-ligne, ces différences peuvent donc affecter l'implication et la connectivité des joueurs à ces différentes communautés.

#### 1.2.4 L'intégration au sein des communautés de joueurs

Les communautés de jeux vidéo sont des lieux importants pour la communication sociale et pour se procurer un sentiment d'appartenance chez les joueurs. Or, elles font face à de nombreux défis sociaux, amplifiés par une utilisation facile de l'anonymat et du manque de contrôle dans les environnements de jeu sur Internet.

A première vue, les skins peuvent être distrayants et sembler inoffensifs. Cependant, ils peuvent être source d'exclusion envers d'autres joueurs. Des membres d'une

communauté de jeu peuvent en être victimes s'ils ne possèdent pas de skins ou si ce sont des skins jugés moins désirables. Ce phénomène est accentué par la pression sociale et l'influence de groupe, incitant davantage les joueurs à acheter de multiples skins dans l'espoir d'être bien vus et acceptés. Hernández-Blanco et al. (2022) confirment cela en indiquant que vouloir acquérir des skins est généralement motivé par le souhait de susciter de l'admiration ou de se conformer aux attentes et aux normes du groupe.

De plus, l'intégration sociale des joueurs peut être sérieusement entravée par le harcèlement, l'exclusion sociale et une pression sociale intense, qui font partie de ces problèmes. Selon une étude de Brenner-Levoy (2023), jusqu'à 75 % des joueurs de 10 à 17 ans et jusqu'à 83 % de jeunes adultes ont été victimes de harcèlement lors de leurs interactions au sein de jeux vidéo. Parmi ces différents types de harcèlement plusieurs peuvent se produire : le trolling, l'intimidation, des comportements discriminatoires ne sont que des exemples parmi d'autres (Kowalski et al., 2014). Cela engendre alors un impact significatif sur le sentiment de sécurité et d'appartenance des joueurs au sein de leur communauté de jeux. (Brenner-Levoy, 2023). De plus, certains groupes sont davantage ciblés et exposés à la violence. Par exemple, les joueuses déclarent que le harcèlement sexuel en ligne dans les jeux vidéo est de plus en plus fréquent (Fox & Tang, 2017). Mais aussi, il arrive fréquemment que les joueurs non-binaires ou membres de la communauté LGBTQ+ soient victimes de comportements discriminatoires et d'insultes. (Kuznekoff & Rose, 2013).

Aussi, le harcèlement peut également se manifester hors-ligne, en dehors de l'endroit. Les joueurs peuvent être moqués ou exclus par leurs camarades en raison de leurs habitudes de jeu ou en raison de leur identification à certains skins ou jeux, ce qui peut entraîner des discriminations ou des moqueries. Comme nous l'ont dit précédemment Kowalski et al. (2014), le harcèlement se produisant en ligne peut continuer aussi hors-ligne. De plus, Lam, Cheng et Liu (2013) nous disent également que les personnes étant exposées à des expériences de cyberharcèlement peuvent reproduire ce qu'il voit lors d'interactions hors-ligne.

Cependant, comme vu précédemment, dans les jeux vidéo, les skins n'apportent pas uniquement des effets négatifs. En effet, ils jouent un rôle et ont un impact social important sur les communautés de joueurs. Ces modifications esthétiques sont des

signes visibles de succès ou de position dans les jeux vidéo. Ils offrent aux joueurs la possibilité de se démarquer et d'attirer l'attention, l'admiration des autres joueurs et camarades. A titre d'exemple, dans le jeu « Fortnite », avoir un skin unique ou populaire peut permettre à un joueur de se démarquer et de symboliser un statut social. Aussi, nous avons vu que cette reconnaissance des skins va alors ouvrir un marché économique secondaire qui sera activement déployé. Les joueurs procèdent à des investissements monétaires réels dans le but d'acheter des skins très recherchés, rares ou populaires.

Il est donc primordial de saisir le rôle complexe des skins afin de comprendre les dynamiques sociales qui redéfinissent les communautés de joueurs actuelles.

### 1.3 L'identité virtuelle & les skins

Maintenant que nous avons suffisamment développé le monde dans lequel sont présents les skins, nous pouvons plonger plus profondément dans la compréhension de ce que sont réellement les skins ainsi que le lien qu'ils possèdent avec l'identité virtuelle des joueurs.

Cette analyse portera sur les diverses dimensions par lesquelles les skins influencent les interactions sociales et la perception de soi dans le contexte des jeux vidéo. Grâce à cela, nous pourrions mieux comprendre pourquoi les joueurs investissent dans ces éléments numériques et quels liens ils peuvent avoir avec les communautés en ligne et hors ligne.

#### 1.3.1 L'identité virtuelle

Le concept d'identité virtuelle est complexe et multifacette, selon Fanny Georges. Il est même suggéré que les avatars permettent aux individus d'élargir leurs identités réelles et d'explorer des potentialités, y compris des identités alternatives (Georges, 2011). Donc il ne s'agit pas d'une projection simple de l'identité réelle vers un monde virtuel. La liberté dans ce monde va être totale, les joueurs peuvent aussi bien réinterpréter certains traits de leur identité comme s'en inventer une nouvelle totale.

Georges (2009) souligne que l'avatar est précisément le lieu de médiation entre un individu et une communauté, jouant à la fois le rôle de symbole de la personne et d'outil de négociation sociale. Cette double fonctionnalité de l'avatar témoigne des dynamiques de pouvoir, des structures sociales et des normes communautaires reflétées et engendrées dans les espaces de jeu. Souvent, les joueurs choisissent des avatars qui leur

plaisent esthétiquement, mais qui portent aussi des messages envers d'autres joueurs concernant leur compétence, leur statut ou leur appartenance à un sous-groupe.

Dans les jeux vidéo, les décisions esthétiques peuvent devenir cruciales pour l'exercice de l'identité virtuelle, notamment à travers les skins utilisés. Ces éléments visuels ne sont pas de simples décorations ; plutôt, ils s'entrelacent à travers le processus de formation de l'identité et offrent aux joueurs de nombreuses façons de personnaliser leur propre projection numérique de manière significative.

Par les multiples interactions entre le choix des skins et l'identité virtuelle, une sorte de langage se développe : le "langage vestimentaire". Grâce à ce langage, les joueurs peuvent utiliser des skins pour montrer leurs affiliations, leurs identités ou même leurs idéologies. Les travaux de Georges nous aident à comprendre plus aisément comment vont se former, se transformer et fonctionner les identités virtuelles au sein des communautés en ligne. Nous pouvons donc affirmer que les skins jouent un rôle important dans l'identité virtuelle ainsi que dans la manière dont elle va être perçue par les autres joueurs et les communautés. Ces skins vont donc être soit une sorte de pont ou de barrière dans les interactions sociales en fonction de si les autres joueurs acceptent ou refusent ces signaux visuels.

### 1.3.2 Les skins

Dans les jeux vidéo, le terme skin (« peau » en anglais), aussi appelé cosmétique dans certains jeux, est une modification esthétique appliquée à un élément du jeu.

Les skins peuvent être acquis de différentes manières : achetés directement avec de l'argent réel, achetés avec la monnaie fictive du jeu, obtenus en récompense pour avoir atteint certains objectifs dans le jeu, etc...Ceux les plus répandus sont les nouvelles apparences de personnages, d'armes et de véhicules. Cependant, il en existe une multitude mais nous les aborderons plus tard dans ce travail.

Comme nous disent Böffel et al. (2022), de nombreux joueurs achètent des skins pour améliorer l'apparence de leurs personnages, une motivation esthétique d'autant plus prégnante dans les jeux où l'aspect visuel est central, comme les FPS ou les MMO.

Certains skins "pay-to-win" offrent un avantage compétitif en jeu. Bien entendu, ces skins sont extrêmement rares dans les jeux en ligne en raison des controverses qu'ils suscitent rapidement.

Ces controverses peuvent survenir à cause de plusieurs facteurs :

Premièrement, selon Böffel et al. (2022), les skins "pay-to-win" causeraient des problèmes d'intégrité et d'équité au sein du jeu. En effet, cela déséquilibrerait le jeu et ceux qui ont les moyens de s'offrir des skins avec de l'argent réel auraient un avantage uniquement basé sur la richesse ce qui n'a pas grand intérêt. De plus, les jeux sont souvent conçus pour offrir une compétition basée sur de la stratégie ou diverses compétences. En introduisant ces skins, l'essence même du jeu tomberait à l'eau

Deuxièmement, les skins donnant des avantages compétitifs peuvent nuire à l'immersion et aux plaisirs de jeu. Les joueurs ne dépensant pas d'argent pourraient donc ressentir énormément de frustration ainsi qu'un sentiment d'injustice envers le jeu.

Troisièmement, selon Hamari & Keronen (2017), les skins pay-to-win pourraient à court terme être énormément lucratif pour les développeurs. Cependant, il ne faut pas minimiser les risques à long terme sur la réputation d'un jeu et de l'entreprise. Si les joueurs sont mécontents, la base de joueurs diminuerait au fil du temps et les revenus seraient donc également affectés.

Fort heureusement, à l'heure actuel, si un skin est considéré comme pay-to-win, il s'agit la plupart du temps d'un bug ou d'une maladresse des développeurs, du moins dans les jeux en ligne. Si certains jeux proposent des achats conférant des avantages compétitifs, ceux-ci ne sont généralement pas classés comme des skins mais plutôt comme des objets, des personnages ou des véhicules distincts.

### 1.3.2.1 L'utilité des skins

Dans les jeux vidéo, en plus de la personnalisation purement esthétique, les skins ont de multiples usages, mais ils sont principalement axés sur trois grandes catégories : l'expression de l'identité, l'identification sociale et la monétisation (Böffel et al. 2022)

A travers cette rubrique, nous allons donc développer ces trois utilités :

#### 1.3.2.1.1 L'expression de l'identité

Grâce aux skins, les joueurs vont pouvoir personnaliser leur avatar de manière très variée afin de pouvoir exprimer leur identité personnelle. Cela va permettre aux joueurs de se différencier des autres ainsi que de permettre de mettre avant leur personnalité, leurs goûts esthétiques, etc...S'ils le souhaitent, comme dit précédemment, ils peuvent également appliquer des skins pour projeter une image différente de ce qu'ils sont

réellement dans leur quotidien. Vu que les développeurs de jeux vidéo conçoivent souvent des skins en s'inspirant de divers thèmes, genres, périodes historiques ou esthétiques, il va donc être très facile pour les joueurs de trouver rapidement des cosmétiques qui répondent à leurs attentes.

Aussi, certains skins sont créés pour célébrer des événements significatifs, qu'ils se déroulent dans l'univers du jeu, comme un anniversaire de lancement, ou dans le monde hors-ligne, comme des événements sportifs ou des célébrations culturelles. Ces skins commémoratifs offrent aux joueurs une manière de participer à ces célébrations au sein du jeu. Par exemple, de nombreux jeux vidéo introduisent des skins thématiques lors de fêtes populaires telles qu'Halloween, Noël ou le Nouvel An lunaire, permettant ainsi aux joueurs de marquer ces occasions de manière ludique et visuelle dans l'espace virtuel. Ces skins servent de souvenirs tangibles des événements et renforcent le sentiment d'appartenance et de participation active des joueurs.

Selon Blinka et Mikuková (2014), cette forme de personnalisation renforce l'immersion et l'engagement des joueurs dans le jeu. En effet, en créant un personnage différent et reconnaissable des autres, les utilisateurs peuvent plus rapidement s'attacher à leur avatar et être ancré dans l'univers du jeu. Dans ce cas concret, les skins ne sont plus alors de simples accessoires esthétiques mais vont également permettre aux joueurs d'étendre l'identité qu'il souhaite dans cet espace virtuel.

#### 1.3.2.1.2 L'identification sociale

Une autre utilité des skins est étroitement liée à la première, il s'agit de l'identification sociale. En plus de permettre aux joueurs d'exprimer leur identité, parfois, les skins vont permettre aux joueurs d'être reconnus au sein de la communauté (Romero-Mendez et al., 2023). En effet, grâce aux grandes variétés de skins, certains vont avoir une forte valeur symbolique ou communiquer des informations sur divers aspects de l'identité sociale du joueur, tels que sa position hiérarchique dans le jeu, son niveau, son ancienneté ou encore son appartenance à toute forme de clan, club, équipe, etc.

Un jeu qui illustre bien cet exemple est Rocket League. Les récompenses distribuées en fin de saison sont déterminées par le classement du joueur à la fin de la saison dans le monde compétitif. Logiquement, plus un joueur est haut au classement, plus les skins qu'il va recevoir posséderont une valeur symbolique forte, indiquant donc son

classement mais aussi son niveau d'implication dans ce jeu. Tous ces skins permettent donc aux autres joueurs de se distinguer et d'être reconnus entre eux.

De plus, plus un skin est rare ou disponible temporairement, plus ce dernier va propulser le joueur à un rang de statut élevé dans la communauté des joueurs du jeu en question. Si ces skins ont une forte valeur symbolique, c'est parce qu'il est souvent difficile de les acquérir. En effet, certains sont rares intrinsèquement, d'autres demandent beaucoup de temps et/ou de ressources au sein du jeu ou tout simplement certains ont une valeur monétaire forte. Toutes ces raisons expliquent pourquoi un joueur qui porte un de ces skins de cette ampleur va souvent être mis en avant par la communauté de joueurs.

Reich et Steinnes (2023) affirment cette idée à nous disant que l'acquisition d'éléments rares peuvent malheureusement provoquer de l'exclusion chez les personnes qui n'arrivent pas à en obtenir. Ceci s'explique par le fait que certains cosmétiques vont être uniquement disponibles pendant une certaine durée ou alors qu'ils vont être très difficile à acquérir. C'est donc pour quoi, cette rareté peut motiver les joueurs à acquérir ces skins pour la satisfaction d'avoir quelque chose d'unique ou tout simplement d'être accepté par ses pairs.

Pour finir, certains skins sont volontairement associés à des équipes esports ou des communautés présentes au sein des jeux. Cela permet aux joueurs de montrer facilement leur affiliation ou leur soutien à ces groupes spécifiques. Comme l'indique Böffel et al (2022), cette forme d'identification par les skins contribue à la construction d'une identité sociale au sein des communautés de jeu en ligne, renforçant les liens entre les joueurs et facilitant la formation de groupes sociaux basés sur des intérêts ou des objectifs communs.

En résumé, grâce à cette partie, nous pouvons affirmer que les skins jouent bien plus qu'un rôle simplement esthétique ; ils vont permettre aux joueurs d'interagir entre eux en s'identifiant au sein de ces mondes en ligne.

#### 1.3.2.1.3 La monétisation

La dernière utilité concerne plus particulièrement les développeurs de jeux vidéo, mais elle peut également bénéficier aux joueurs. Il s'agit de la monétisation des skins. Comme vu précédemment, cette pratique permet aux développeurs d'avoir une source alternative de revenus via la vente de skins. C'est surtout dans les jeux gratuits en ligne

que cette pratique est la plus courante. Hamari et Lehdonvirta (2010) soulignent que ce modèle permet de monétiser le jeu sans pour autant en restreindre l'accès. C'est donc une alternative à la traditionnelle vente d'un jeu.

De plus, Hamari & Järvinen (2011), affirment que certains joueurs ont plus facile d'acheter des skins sur un jeu en sachant qu'il s'agit de free-to-play. Ces derniers voient donc cela comme un moyen direct de soutenir leur jeu de cœur et les développeurs pour qu'il puisse continuellement être jouable. L'achat de skins représente donc un moyen direct et tangible de contribuer au développement et à la pérennité du jeu.

Aussi, un effet d'ancrage va jouer un rôle dans la perception de la valeur d'un bien. En effet, les consommateurs perçoivent généralement la valeur d'un bien en fonction de son prix initial (Hsee et al., 2003). Nous pouvons appliquer ce biais psychologique aux skins étant donné qu'il s'agit de biens virtuels. Par conséquent, les joueurs sont susceptibles d'être influencés par des promotions ou réductions, percevant ainsi les skins comme plus attractifs si leur prix est réduit par rapport à un prix de départ plus élevé.

La monétisation des skins va aussi permettre de collaborations entre les développeurs de jeux et des marques ou franchises externes. Ils offrent aux joueurs l'opportunité d'exprimer leur appréciation pour ces entités. "Fortnite" est un exemple notable de cette pratique, proposant une variété de skins issus de collaborations avec des franchises allant de "L'Attaque des Titans" à Marvel, ainsi qu'avec des personnalités du sport, illustrant la capacité des jeux vidéo à intégrer et à refléter divers aspects de la culture populaire et de la marque. Ces collaborations enrichissent l'univers du jeu en y intégrant des éléments familiers et appréciés par les joueurs, tout en augmentant l'attrait commercial du jeu.

En outre, certains jeux facilitent la création d'un marché secondaire en permettant aux joueurs d'échanger ou de vendre des skins entre eux. Les jeux qui possèdent cette fonctionnalité ajoutent une valeur monétaire réelle à ces skins. Le jeu Counter-Strike : Global Offensive en est sans doute l'exemple le plus connu. Certains des skins les plus rares dans ces jeux peuvent atteindre des prix dépassant dix mille dollars.

### 1.3.2.2 Les dérives néfastes des skins

Pour rappel, les skins sont à la base conçus afin d'améliorer l'esthétique d'un élément de jeu dans le but de personnaliser l'expérience du joueur. Cependant, ils ont évolué pour devenir des marqueurs d'identité, de statuts et de capital social. Castronova (2007)

confirme nos propos en soulignant que les biens virtuels, dans notre cas les skins, ont une réelle vie économique et intensifient les relations sociales et économiques de notre monde hors-ligne.

Dans ce contexte, les comportements de consommations des joueurs peuvent être néfastes pour eux et entraîner des conséquences sur le bien-être (Zendle & Cairns, 2018). En plus de l'exclusion sociale, deux conséquences majeures peuvent émerger : l'addiction et l'endettement. Cela peut avoir pour effet d'aggraver les inégalités déjà existantes ou en générer des nouvelles. King & Delfabbro (2019) expliquent que ces phénomènes sont accentués par l'immersion dans le monde des jeux ainsi que par la nature compétitive où les skins sont des véritables trophées.

**L'exclusion sociale** : Comme vu précédemment, les skins peuvent être source d'exclusion sociale au sein des communautés de jeux. Selon Davidovici-Nora (2019), les joueurs ne possédant aucuns skins ou ayant des skins moins appréciés peuvent être stigmatisés ou exclus de certains groupes sociaux. Dans le domaine des jeux vidéo, ce phénomène peut apparaître sur base de l'apparence et de l'esthétisme virtuelle des skins. Un joueur possédant un skin ayant un look attirant, désirable, drôle, imitant les tendances actuelles, aura davantage d'impacts positifs quant à l'intégration dans un groupe et donc d'échanges avec d'autres joueurs. Certains peuvent se sentir alors obligés d'éviter l'utilisation de skins spécifiques afin d'éviter des réactions négatives. Cela restreint non seulement leur droit à s'exprimer, mais également leur possibilité de personnaliser leur avatar de manière qui leur est propre et qui leur est significative.

**L'addiction** : Certains joueurs développent énormément d'intérêt pour les skins, surtout pour les plus rares, difficilement obtenables et ceux disponibles temporairement. Cet attrait peut donc devenir très rapidement une obsession. Drummond et Sauer (2018) confirment ces propos en soulignant que l'obsession peut très facilement tourner en une addiction malade où les joueurs passent des heures à jouer en ligne ou simplement à tenter d'acquérir des objets numériques en dépensant d'énormes sommes d'argent. Elle peut également entraîner des conséquences négatives sur d'autres aspects de la vie des joueurs comme les relations sociales, l'éducation, le travail etc... La pratique du jeu peut donc bien avoir des impacts sur la vie hors-ligne des individus.

**L'endettement** : Comme nous l'avons vu, l'achat de skins avec de l'argent réel est devenu une pratique courante pouvant provoquer de l'addiction. En plus de cette

addiction et vu les sommes d'argent dépensées, les dépenses peuvent s'accumuler et accompagner l'addiction d'un endettement. Selon Zendle, Meyer, et Over (2019) mettent en avant que ce phénomène touche surtout les plus jeunes joueurs qui ne se rendent pas toujours compte des sommes qu'ils dépensent. Comme vu précédemment, cette tendance soulève des questions sur l'éthique de tels modèles économiques dans l'industrie du jeu vidéo (King et Delfabbro,2019).

### 1.3.3 Les éléments personnalisables

Comme énoncé précédemment, il existe beaucoup d'éléments personnalisables grâce à la multitude de skins. Ceux-ci peuvent modifier plusieurs aspects du jeu comme l'avatar, l'arme de l'avatar, l'interface utilisateur, etc.

Cette partie va détailler les différents éléments personnalisables grâce aux skins et discuter de leur rôle au sein des jeux. En explorant ces aspects, nous allons essayer de comprendre quels sont les éléments modifiables par les joueurs au sein de ces jeux et donc quels éléments modifiés peuvent avoir un impact sur une intégration ou au contraire une division au sein des jeux. Voici donc quatre éléments personnalisables identifiés :

1. **Les personnages** : Les skins dédiés à l'apparence des personnages sont les plus présents dans les jeux vidéo. Ils modifient généralement l'avatar du joueur, que ce soit une refonte totale ou une tenue alternative. Par exemple, dans League of Legends, les skins de personnages altèrent uniquement l'apparence. Dans Team Fortress 2 et Final Fantasy XIV, les joueurs peuvent modifier des parties spécifiques de leur avatar.
2. **Les armes** : Les skins dédiés aux armes sont courants dans les FPS. Ils modifient visuellement les armes ou changent les sons. On trouve ces skins dans des jeux comme Counter Strike Global Offensive et Valorant.
3. **Les véhicules, compagnons et montures** : Ces skins modifient l'apparence des moyens de locomotion des joueurs, comme dans Rocket League ou les MMORPGs où les déplacements sur de longues distances sont fréquents.
4. **L'interface utilisateur** : Les skins de cette catégorie permettent de modifier l'apparence des menus, du HUD (Heads-Up Display) et d'autres éléments de l'interface.

La variété des éléments modifiables permet aux joueurs de personnaliser presque toute leur expérience de jeu. Bien qu'il n'existe pas de classification officielle des éléments personnalisables, les quatre catégories présentées sont les plus couramment modifiées. Ces classifications ne sont pas exclusives et peuvent coexister dans un même jeu pour maximiser les modifications. Fortnite permet, par exemple, de modifier tous les éléments cités, démontrant l'importance de la personnalisation dans les jeux vidéo modernes.

#### 1.4 Problématique et question de recherche

##### 1.4.1 Problématique : comment les skins influencent-ils l'intégration sociale dans les communautés de joueurs ?

Maintenant que nous avons défini les concepts importants pour cette recherche, il est temps de plonger sur la problématisation de la question centrale de ce travail qui est la suivante :

**"Comment les skins influencent-ils l'intégration sociale dans les communautés de joueurs ?"**

Cette interrogation signifie qu'on va se demander de quelles manières les apparences modifiables dans les jeux vidéo vont affecter la façon dont les joueurs sont acceptés et vont interagir au sein de groupes sociaux, que ce soit sur Internet ou dans notre vie de tous les jours. En d'autres termes, on va explorer si et comment les skins modifient les relations sociales et l'intégration aussi bien dans les communautés virtuelles que physiques.

Si je trouve cette problématique pertinente, c'est parce que l'on a observé que ceux-ci, bien que considérés comme des éléments esthétiques, jouent un rôle significatif dans la dynamique sociale des joueurs. Cependant, il est difficile de dire de quelle manière les skins influencent l'intégration de ces communautés et il est donc intéressant d'en savoir plus.

Voici les éléments principaux qui permettent de justifier en quoi cette problématique est intéressante à analyser :

Premièrement, nous avons identifié que les skins sont bien plus que de simples modifications esthétiques dans les jeux vidéo. Les biens virtuels incarnent une symbolique forte, comme le note Taylor (2006), en conférant prestige et statut aux

joueurs qui les possèdent. On peut faire un parallèle avec notre quotidien où la possession de ces biens précieux va renvoyer l'image d'un statut fort à la société.

Ensuite, les skins influencent également les interactions sociales. Bainbridge (2010) souligne que les marchés de skins sont des espaces de socialisation où se forment des normes communautaires. Concrètement, certains joueurs vont interagir entre eux uniquement pour parler de skins. Le skin en lui-même peut donc être perçu comme un sujet d'échange particulier.

Cependant, ce phénomène n'est pas sans conséquences négatives. Les skins peuvent créer des dynamiques d'exclusion, où ceux qui ne les possèdent pas sont marginalisés. Reich et Steinnes (2023) observent que la difficulté d'obtention de certains skins peut conduire à des situations d'exclusion. En effet, cela ferait en quelque sorte une division au sein des communautés de jeux entre ceux possédant des skins et ceux n'en possédant pas.

Aussi, l'achat de skins est souvent motivé par le désir de se conformer aux normes sociales et d'impressionner les autres membres de la communauté. Hamari et Keronen (2017) observent que cette pression sociale pousse les joueurs à investir dans des skins pour améliorer leur intégration sociale.

En résumé, cette question de recherche va donc chercher à comprendre :

1. **Les motivations des joueurs** : Quelles sont les raisons et les motivations principales des joueurs pour acheter des skins ? Y a-t-il des liens avec la volonté de s'intégrer aux communautés ?
2. **L'impact sur l'intégration sociale** : Comment les skins vont-ils modifier l'intégration sociale des joueurs, que ce soit de manière inclusive, exclusive ou neutre ?
3. **La perception des joueurs** : Comment les autres joueurs perçoivent ceux qui possèdent des skins ? Au contraire, comment les joueurs perçoivent ceux qui n'en possèdent pas ? Quel va être l'impact sur les relations sociales ?

## Chapitre 2 : Méthodologie de recherche

### 2.1 Approche de recherche

Face à la complexité de la question "**Comment les skins influencent-ils l'intégration sociale dans les communautés de joueurs ?**", une réévaluation méthodologique s'est

imposée. Initialement, une approche mixte semblait adéquate pour traiter à la fois les dimensions quantitatives et qualitatives du phénomène (Creswell, 2014). Toutefois, divers défis ont nécessité un recentrage sur une méthodologie exclusivement qualitative.

Suivant les recommandations de Denzin et Lincoln (2011), la recherche qualitative est particulièrement appropriée pour explorer les aspects complexes et souvent subtils des interactions humaines et des phénomènes sociaux. En effet, cette méthode favorise une plus grande immersion dans l'expérience de jeux des interviewés nous permettant de savoir plus aisément ce que signifient les skins de leur point de vue personnel ainsi que collectif. Aussi, cette approche révèle les motivations derrière leurs achats, leurs usages et également l'impact qu'ils perçoivent sur l'intégration sociale. Ces points étant souvent négligés par l'approche quantitative, il m'est paru indispensable d'utiliser cette approche qualitative.

Ensuite, utiliser la méthode qualitative va nous permettre de capter les nuances concernant les expériences des joueurs, notamment via les entretiens semi-structurés. Cela va également permettre d'examiner les interactions sociales qui sont influencées par les skins que ce soit en ligne ou hors ligne. Le fait de pouvoir poser nos questions face à la personne va nous permettre d'adapter les questions en temps réel et donc de nous permettre de diriger l'interview tout en laissant une certaine liberté à l'interviewé. Cela va donc permettre d'approfondir les thèmes nécessaires et d'avoir des réponses adaptées.

Finalement, si cette méthodologie a été sélectionnée, c'est aussi également grâce aux échanges avec mon promoteur. Il m'a fait comprendre qu'il était plus important de privilégier la qualité des données à analyser plutôt que la quantité. Il vaut mieux analyser des données authentiques que des données en quantités mais superficielles ou porteuses de peu de messages. Cette orientation correspond, en effet, plus aux objectifs de la recherche.

## 2.2 Recueil des données

Dans le cadre de cette étude, comme dit précédemment, une démarche qualitative rigoureuse a été sélectionnée. Cette approche s'appuie sur la réalisation d'entretiens semi-structurés, une méthode plébiscitée pour son efficacité à examiner en détail les perceptions et expériences individuelles (Bryman, 2012). Ces entretiens semi-structurés permettent aux répondants d'être assez libres dans leurs réponses à ces questions

ouvertes. Cependant, l'intervieweur joue également un rôle important puisqu'il dirige l'entretien et choisit les thématiques qu'il souhaite aborder.

Pour avoir la meilleure représentativité possible, j'ai fait en sorte d'avoir un échantillon de joueurs le plus diversifié possible. J'ai donc sélectionné des joueurs achetant des skins et d'autres n'en achetant jamais, des individus de genres et tranches d'âges différents, des personnes ayant des fonctions particulières dans la communauté des jeux vidéo telles qu'une ex-joueuse semi-professionnelle, un membre actif d'une guilde et un responsable d'une structure esport.

Au total, dix joueurs comprenant des hommes et des femmes ont été sélectionnés pour répondre à cette enquête. Étant moi-même présent dans plusieurs communautés de joueurs, il m'a été très facile de sélectionner dix profils que je trouvais intéressants. Je les ai donc sélectionnés parmi ma famille, mes amis ainsi que parmi d'autres structures d'esports ou ASBL lié à la thématique du jeu-vidéo. Concernant les caractéristiques démographiques, j'ai sélectionné des personnes belges et majoritairement jeunes. En effet, j'ai préféré m'attarder sur d'autres caractéristiques que l'âge et la nationalité dans la sélection de profils tel que le temps de jeux, le type de jeux, l'implication dans les communautés de joueurs, etc...

De plus, j'ai également sélectionné deux personnes qui ne sont pas des joueurs à proprement parler mais qui peuvent apporter un regard d'expert sur cette thématique. Si j'ai décidé de sélectionner autant de profils variés, c'est grâce aux propos de Patton (2015) qui affirme que l'intégration de profils variés enrichit l'analyse en offrant une multitude de perspectives, facilitant ainsi la compréhension des influences de variables telles que l'âge, le genre et le statut social sur la perception et l'utilisation des skins.

De plus, il faut savoir que lors des interviews, je me suis soigneusement adapté selon le profil du participant pour aborder les questions de la manière la plus pertinente et favoriser des échanges valorisants sur les impacts des skins. Cette personnalisation assure que chaque entretien aborde les expériences et opinions spécifiques au contexte de chaque participant, en ligne avec les préconisations de Rubin H. et Rubin I. (2012).

### 2.3 Introduction au guide d'entretien

Pour mener à bien mes interviews, j'ai construit un guide d'entretien qui m'a servi de fil conducteur. Grâce à ce dernier, j'ai pu donc m'adapter au profil de chaque participant pour aborder les questions de la manière la plus pertinente et favoriser des échanges

valorisants sur les impacts des skins. Cette personnalisation assure que chaque entretien aborde les expériences et opinions spécifiques au contexte de chaque participant, en ligne avec les préconisations de Rubin H. et Rubin I. (2012).

Dans cette partie, je vais donc expliquer comment ce dernier a été construit.

Pour construire ce guide d'entretien, j'ai suivi une méthodologie structurée et rigoureuse afin d'assurer la pertinence et la profondeur des réponses obtenues. J'ai d'abord commencé par noter toutes les questions qui me venaient à l'esprit en lien avec le thème des skins et de l'intégration sociale dans les communautés de joueurs. Cette étape initiale m'a permis de couvrir un large éventail de sujets pertinents, garantissant que toutes les dimensions importantes seraient explorées.

Une fois cette liste de questions établie, je les ai regroupées sous différentes thématiques principales : présentation générale, skins, intégration sociale, skins et intégration sociale, et perception des autres joueurs. Cette organisation thématique m'a aidé à structurer l'entretien de manière logique et cohérente, facilitant ainsi une conversation naturelle.

Ensuite, j'ai effectué un second tri pour éliminer les questions redondantes et trop fermées, afin de favoriser des réponses détaillées et nuancées.

Pour la conduite des entretiens, j'ai adopté deux approches en fonction des préférences des participants. La majorité des entretiens ont été réalisés en présentiel, ce qui permet une interaction plus naturelle et une meilleure observation des expressions non-verbales. J'ai utilisé l'application dictaphone de mon téléphone pour enregistrer les entretiens, ce qui m'a permis de rester concentré sur la conversation sans avoir à prendre des notes.

Pour ceux pour qu'il était compliqué de se rencontrer en personne, j'ai conduit ces entretiens en ligne sur la plateforme de messagerie instantanée Discord tout en enregistrant l'écran via le logiciel Streamlabs. Bien que cette méthode ne permette pas d'observer l'ensemble des mouvements des interviewés, elle offre une flexibilité et une accessibilité accrue. Le son de la voix reste un indicateur important pour analyser les réponses, et j'ai trouvé que pour la thématique abordée, cette limitation était acceptable.

## 2.4 Guide d'entretien

Dans cette section, je présente le guide d'entretien que j'ai utilisé pour mener à bien mes entretiens. Afin de rendre cette partie plus claire, le guide d'entretien a été écrit en *italique* et divers commentaires ont été ajoutés sans modification graphique de textes.

### ***Présentation générale***

1. *Peux-tu te présenter en quelques mots (Nom Prénom, âge, niveau d'études et passions)*
2. *Pouvez-vous me parler de votre expérience de joueur de jeux vidéo ? À quels types de jeux jouez-vous et combien de temps passez-vous à jouer chaque semaine ?*
3. *Jouez-vous à des jeux en ligne ? Si oui jouez-vous seul ou en groupe ?*

Les questions sur la présentation générale permettent de contextualiser les réponses des participants en fonction de leur profil (âge, niveau d'études, expérience de jeu), ce qui aide à comprendre comment différents types de joueurs perçoivent et utilisent les skins.

### ***Les skins***

1. *Savez-vous ce qu'est un skin et pouvez-vous me l'expliquer en quelques mots ?*
2. *Avez-vous déjà acheté un skin ? Si oui, comment vous êtes-vous intéressés au skin ? Si non, pourquoi ne jamais en avoir acheté ?*
3. *Combien de skins possédez-vous ? Combien d'argents avez-vous déjà dépensés dans ces skins ?*
4. *Quels sont les principales raisons/motivations lorsque vous achetez des skins ?*
5. *Qu'est-ce qu'un bon skin pour vous ? Avez-vous un skin de rêve ou un skin que vous possédez dont vous êtes particulièrement fier ?*
6. *Pouvez-vous me parler d'un skin que vous avez acheté récemment ? Pourquoi avez-vous choisi d'acheter ce skin en particulier ?*

Les questions sur les skins explorent la familiarité des participants avec ces derniers skins, leurs motivations pour les acheter, et leurs comportements d'achat. Ces informations sont essentielles pour comprendre la valeur perçue des skins et leur rôle potentiel dans les dynamiques sociales au sein des jeux.

### ***Intégration sociale***

1. *Est-ce que vous savez me définir au sens large pour vous c'est quoi une « communauté » et une « communauté de jeux vidéo » ?*
2. *Est-ce que vous intégrez à des communautés en ligne de jeu vidéo est important pour vous ? Et l'intégration à des communautés réelles de jeux vidéo ?*
3. *Considérez-vous comme quelqu'un d'intégré à des communautés (hors jeux vidéo) ? Est-ce quelque chose d'important pour vous ?*
4. *Vous rendez-vous parfois à des conventions ou des événements liés à la thématique des jeux vidéo ? Allez-vous seul ? Faites-vous parfois des rencontres dans ces événements*
5. *Avez-vous déjà subi du « harcèlement » en ligne ? Quels en étaient les raisons ? Pouvez-vous m'en dire plus ?*

Les questions sur l'intégration sociale visent à identifier l'importance des communautés de jeux vidéo pour les participants et leur expérience d'interaction sociale au sein de ces communautés. Cela permet d'évaluer comment les skins peuvent influencer l'appartenance et la participation à ces communautés.

### ***Skins et intégration sociale***

1. *Est-ce qu'un skin que vous possédez a déjà influencé votre interaction avec d'autres joueurs ? En avez-vous parler ? Son comportement a-t-il changé ? Si non avez-vous été témoin de cela ?*
2. *A l'inverse, le fait de n'avoir pas de skins ou d'avoir des skins de moindre qualité a déjà eu un impact sur vos relations avec les autres joueurs ? Si non avez-vous été témoin de cela ?*
3. *Avez-vous déjà ressenti une pression pour acquérir un certain skin ? Si oui, pouvez-vous me donner un exemple de cette situation ? Si non avez-vous été témoin de cela ?*
4. *Pensez-vous que posséder certains skins a affecté votre statut ou votre réputation au sein de la communauté de joueurs ? Pouvez-vous me donner un exemple de cela ? Si non avez-vous été témoin de cela ?*

5. *Avez-vous déjà choisi de ne pas utiliser un certain skin parce que vous craigniez la réaction d'autres joueurs ? Si oui, pouvez-vous me parler de cette expérience ? Si non avez-vous été témoin de cela ?*

Les questions sur les skins et l'intégration sociale examinent directement l'impact des skins sur les interactions sociales des joueurs. Elles ciblent les expériences personnelles des participants en matière de reconnaissance, de statut et de pression sociale liés aux skins, offrant des insights précieux sur leur influence sur l'intégration sociale.

### ***Perception des autres joueurs***

1. *Comment percevez-vous les autres joueurs qui n'utilisent pas de skins ou qui utilisent des skins « gratuits » ?*

2. *Avez-vous déjà eu un comportement différent avec un joueur possédant des skins ? Est-ce qu'ils avaient quelque chose de particuliers ? Ou à l'inverse avec un joueur n'en possédant pas ?*

Les questions sur la perception des autres joueurs aident à comprendre les dynamiques sociales et les jugements au sein des communautés de joueurs. En explorant comment les participants perçoivent les autres joueurs en fonction de leurs skins, ces sections aident à comprendre les dynamiques sociales et les jugements au sein des communautés de joueurs. Ces perceptions peuvent révéler des biais et des comportements discriminatoires ou inclusifs, essentiels pour répondre à la question de recherche.

## **2.4 Analyse des données**

L'analyse des données de cette étude a été réalisée à partir des différents entretiens semi-directifs effectués.

Tout d'abord, l'ensemble des entretiens réalisés a été retranscrit intégralement et est disponible en annexe de ce travail, garantissant transparence et précision des réponses. Chaque interview a été relue attentivement pour identifier les idées, phrases et thèmes récurrents, rassemblant les thématiques similaires sous forme de codes. Par exemple, parmi les thèmes identifiés, nous avons : « motivation d'utilisation de skins », « intégration sociale », « perception par les autres joueurs », « rejet », « achat de skins », etc.

Les catégories issues du codage ont ensuite été regroupées sous des thèmes plus larges répondant directement à la question de recherche. Les principaux thèmes identifiés sont

: expérience et utilisation des skins, motivations d'achat, influence des skins sur l'intégration sociale, impacts négatifs des skins, et perception des autres joueurs. Chaque thème est détaillé en utilisant des exemples concrets des interviews et des citations directes pour renforcer l'analyse.

Pour l'analyse, j'ai utilisé un codage manuel en triant les réponses par catégorie. Les entretiens ont été relus et les parties intéressantes ont été mises en évidence à l'aide de surlignages. Cette approche a permis de regrouper les données similaires sous des thèmes communs. Le processus de codage manuel a impliqué la lecture attentive des transcriptions et l'identification des récurrences thématiques, facilitant ainsi la structuration et l'analyse des données.

Les perspectives des participants ont été comparées pour identifier similitudes et différences. Les réponses des joueurs ont été confrontées pour trouver des points communs et divergents, incluant les perspectives du responsable marketing et du coordinateur de la prévention du harcèlement pour un contexte plus large. Des citations directes illustrent les points principaux, rendant l'analyse vivante et crédible.

Enfin, une synthèse des principales découvertes résume les tendances générales, intégrant les résultats avec les théories présentées précédemment. Les implications pratiques pour les développeurs, marketeurs et responsables du harcèlement sont discutées, ainsi que les limitations de l'étude et des suggestions pour des recherches futures. Cette méthodologie analytique aide à répondre à la question de recherche principale sur l'apport des skins dans l'intégration sociale des communautés de joueurs

## 2.5 Limites de la recherche

Comme toute investigation scientifique, cette étude présente certaines limites qu'il convient d'identifier et de gérer avec précaution.

**Les limites relatives à l'échantillonnage :** Une première limite potentielle concerne la quantité de personnes interviewées. En effet, elles ne sont qu'au nombre de douze. Ce nombre restreint peut entraîner une conséquence sur la représentation de la réalité. Étant donné les différences culturelles et régionales, il se peut que le rapport aux skins ne soit pas totalement représentatif à une plus grande échelle. Par exemple, l'utilisation des skins peut être perçue différemment d'une région du monde à une autre. Cela va donc limiter la capacité de généralisation des résultats.

*Stratégie de gestion* : Pour pallier ce problème, j'ai fait en sorte d'avoir la population la plus varié possible en interviewant des personnes de tranches d'âges, de genres et de rapports aux jeux vidéo différents. Lors de l'analyse et l'interprétation des résultats, cette limite sera à nouveau mentionnée afin d'être le plus transparent possible. De ce fait, je mentionnerai le contexte des réponses afin d'être le plus proche de la réalité perçue par les participants et moi-même dans ces différents cadres.

**Les limites liées à l'auto-déclaration** : La dépendance aux données auto-déclarées peut entraîner des biais, tels que des erreurs de mémoire ou des distorsions dues à la désirabilité sociale. Les participants peuvent avoir tendance à présenter leurs comportements et expériences de manière plus favorable ou à minimiser certains aspects moins flatteurs.

*Stratégie de gestion* : Les instruments de collecte des données (les entretiens) sont conçus pour minimiser ces influences et encourager la sincérité. L'anonymat et la confidentialité seront garantis pour favoriser des réponses authentiques et réduire la réticence à partager des informations sensibles. De plus, nous incluons des questions de vérification pour identifier et atténuer les incohérences potentielles dans les réponses.

**Les limites en matière de généralisation** : Les résultats de l'analyse pourraient ne pas pouvoir être généralisés à tous les jeux ou les communautés de joueurs. Comme vu précédemment, nous avons observé qu'il existe une multitude de genres de jeux vidéo, chacun avec ses caractéristiques et un rapport aux skins différents. Étant donné ces différences majeures, il va être difficile de généraliser les apports de cette recherche à tous les jeux vidéo ainsi qu'à leurs communautés respectives.

*Stratégie de gestion* : Je mettrai en avant dans les conclusions que celles-ci sont spécifiques aux communautés et aux jeux analysés. Je mettrai en avant que des études complémentaires s'intéressant spécifiquement à certains genres de jeux et/ou à diverses communautés permettront d'en apprendre plus sur les phénomènes étudiés. Cependant, je suis persuadé que cette étude permettra d'ouvrir des portes supplémentaires à la compréhension de ces phénomènes, étant donné qu'elle permettra une comparaison générale avec des contextes plus précis.

**Les limites temporelles** : Comme vu précédemment, nous avons observé que le monde des jeux vidéo évolue en permanence. Une autre limite peut donc être identifiée : celle de la temporalité des données recueillies. En effet, les comportements et la perception

des joueurs peuvent facilement évoluer à cause des changements dans les jeux, des mises à jour et des tendances qui émergent de ces derniers. Il se peut donc que les résultats obtenus ne soient plus que partiellement valables sur le long terme.

*Stratégie de gestion* : Pour gérer cette limite, nous précisons les contextes spécifiques dans lesquels les entretiens ont été réalisés. J'encouragerai également que d'autres personnes s'intéressent à des sujets similaires afin d'approfondir les connaissances au fil des ans.

**Les limites d'interprétation des résultats** : Enfin, l'interprétation des résultats peut être influencée par les biais de l'analyste. Les préjugés personnels, les attentes et les hypothèses de l'analyste peuvent affecter la manière dont les données sont interprétées et présentées. En effet, baignant moi-même dans le monde des jeux vidéo, il est de mon devoir de me détacher le plus possible des préjugés que j'ai envers ce sujet.

*Stratégie de gestion* : Dans le but d'atténuer cette limite, j'ai fait en sorte de mettre de côté toutes les pensées et les a priori que j'avais envers les skins et leurs impacts. J'ai interviewé d'autres personnes présentes dans le secteur des jeux vidéo autres que de simples joueurs. Cela m'a permis, en plus du cadre théorique, d'avoir une multitude d'informations concernant le sujet de ce travail. Pour finir, j'ai également détaillé les réflexions prises lors de l'élaboration de ce travail afin d'être transparent et de laisser apparaître ma rigueur scientifique.

## Chapitre 3 : Résultats et analyse des entretiens

### 3.1 Introduction

Maintenant que le cadre théorique ainsi que la méthodologie ont été posés, il est temps de passer aux résultats et à l'analyse des différents entretiens.

Pour rappel, cette analyse se base sur une série d'entretiens semi-directifs que j'ai réalisés. Pour ce faire, j'ai interviewé plusieurs profils de joueurs ainsi que des personnes présentes dans la sphère des jeux vidéo et de l'esport. L'objectif final est de répondre à la question de recherche principale : « **Comment les skins influencent l'intégration sociale des joueurs dans les communautés de joueurs ?** »

Le défi majeur de cette recherche est de distinguer l'influence spécifique des skins des autres facteurs d'intégration sociale. En tant qu'éléments visibles et souvent monétisés dans les jeux, les skins peuvent être des vecteurs d'inclusion ou d'exclusion sociale.

Toutefois, ils sont aussi intégrés dans un cadre plus large d'interactions et de pratiques au sein des communautés de joueurs. Il est donc essentiel de tenter d'isoler leur impact spécifique des autres variables influençant également l'intégration sociale, comme la communication in-game, la participation à des événements communautaires, ou les normes et valeurs partagées au sein de ces communautés.

La méthode adoptée pour cette analyse, bien que qualitative, vise à allier une compréhension profonde des expériences individuelles à une analyse rigoureuse des tendances globales, conformément aux recommandations de Patton (2015) sur l'évaluation qualitative.

### 3.2 Diverses informations sur les participants

Afin de ne pas surcharger le texte, je vous invite à vous rendre en annexe si vous souhaitez lire la description détaillée des profils des participants.

Ces participants ont été sélectionnés dans le but d'apporter des approches et des perspectives diverses par rapport à leur expérience de jeu. De cette manière, nous aurons une pluralité d'aspects de l'apport des skins sur l'intégration sociale.

Chaque profil décrit en annexe enrichit la compréhension de comment les skins influencent l'intégration sociale dans les espaces de jeu. Ces profils comprennent des joueurs ne possédant pas de skins, des joueurs avec divers skins, des participants de différents sexes et tranches d'âge, ainsi que des figures notables telles qu'un travailleur social spécialisé dans la prévention du harcèlement en ligne, une ancienne joueuse semi-professionnelle, un membre actif d'une guild, et plusieurs personnes engagées dans l'organisation d'événements liés aux jeux vidéo, etc.

Malheureusement, une des retranscriptions n'a pas pu être réalisée comme prévu à cause d'un fichier audio qui a été corrompu. La source de l'erreur n'a pas pu être identifiée. Cependant, un résumé d'interview a été préparé et validé par la participante en question afin de permettre l'incorporation des résultats à l'analyse et l'interprétation générale des résultats. Il s'agit de l'interview numéro douze (Zuzanna) que vous pouvez retrouver en annexe.

### 3.3 L'analyse thématique

Dans cette partie, maintenant que les douze interviewés ont été présentés, nous allons analyser les réponses obtenues lors des interviews. Tout d'abord, nous allons nous

intéresser aux motivations d'acquisitions et d'achats de skins, ensuite, nous nous attarderons sur le lien entre les skins et l'intégration sociale et pour finir, nous regarderons comment nos interviewés sont perçus et perçoivent les joueurs possédants ou non des skins.

### 3.3.1 Les motivations d'acquisitions et d'achats des skins

Cette section va s'intéresser aux motivations d'achat et d'acquisitions des skins. Etant donné les multiples raisons d'acquisitions et d'achats des joueurs, j'ai divisé ces résultats en six sections divisées elle-même en plusieurs sous-sections. De cette manière, il est plus facile d'avoir un regard général sur les motivations des joueurs.

#### 3.3.1.1 La modification du gameplay

##### 3.3.1.1.1 L'amélioration compétitive du gameplay

D'après nos interviews, l'une des premières modifications de gameplay majeures via l'achat de skins est le « rafraîchissement » du gameplay.

Aurélien nous donne davantage d'explications en nous disant que l'utilisation de certains skins d'armes, surtout sur celles qu'il utilise le plus fréquemment, va lui donner un meilleur feeling. Selon lui, sur Valorant, la modification du bruit de tirs des armes va améliorer sa qualité de jeu. Étant donné que c'est un hardcore gamer (un joueur qui joue dans le but d'être le plus performant possible), il va chercher absolument à optimiser ses performances en jeu. Pour mener à bien cela, il va utiliser les mêmes skins que les joueurs professionnels. Certains joueurs, tout comme lui, croient donc que l'espace que l'arme occupe sur l'écran ainsi que le bruit des tirs des armes vont influencer le gameplay de manière significative.

Sur Fortnite, Victor nous apporte une perspective supplémentaire. En effet, selon lui, les skins féminins seraient plus adaptés au jeu compétitif étant donné qu'ils prennent moins de place sur l'écran. En contre-exemple, il cite le skin « banane » qui encombre l'écran et gêne la visibilité du joueur. De plus, par sa couleur flashy, ce skin est plus visible par les autres joueurs.

En résumé, ces observations nous disent que les skins ne sont pas simplement des éléments cosmétiques mais que l'esthétisme derrière les skins peut affecter directement la sensation de jeu et la performance perçue par les joueurs eux-mêmes. Cela met donc en avant l'importance de la personnalisation et de l'esthétisme pour les joueurs.

### 3.3.1.1.2 Les autres modifications du gameplay

Les choix de skins varient également en fonction du contexte de gameplay. Aurélien précise qu'il choisit uniquement des skins optimisés puisqu'il veut « tryhard », c'est-à-dire jouer de manière compétitive et sérieuse. Cependant, il considère que certains skins sont plus amusants et adaptés à des sessions de jeu plus détendues. Ce qu'il veut dire par là, c'est que certains skins vont être adaptés à un contexte de jeu compétitif tandis que d'autres vont être conçus dans un contexte plus léger notamment pour amuser le joueur.

Eliott ajoute même ceci : « *Par exemple si tu mets un skin qui est... Si on met un skin qui est fort, caché et tout, c'est plus pour jouer tout le temps, essayer de gagner tout le temps, tout le temps. Mais par exemple si on met un skin drôle, avec des petits trucs, des petits accessoires, c'est plus pour chiller dans le jeu et tout. Donc voilà. Ça dépend, soit si tu joues la gagne, soit si t'es juste avec tes potes et que tu veux chill.* ». A travers son témoignage, Eliott confirme cette dualité de contexte en indiquant que certains skins sont conçus pour la compétition, tandis que d'autres sont utilisés pour afficher une attitude plus relaxée et conviviale.

Il ajoute également que certains skins vont plus loin, notamment en modifiant l'atmosphère du jeu. Il nous donne comme exemple que le fait de jouer un skin drôle dans un jeu assez dramatique va totalement changer l'expérience de jeu en le rendant plus amusant au lieu de conserver l'atmosphère d'origine.

Pour finir, Zuzanna souligne que changer de skin permet de contrer la monotonie d'utiliser continuellement le même skin de base. Elle nous dit que les skins peuvent ainsi renouveler l'expérience de jeu et maintenir l'intérêt des joueurs sur le long terme.

Ces trois exemples nous informent que les skins peuvent avoir directement un impact sur le contexte de jeu dans lequel veulent se plonger les joueurs. En résumé, les skins peuvent modifier un contexte de jeu, modifier l'atmosphère de jeu ou encore renouveler l'expérience du joueur. Les joueurs vont donc pouvoir modifier leur apparence en fonction de leur état d'esprit et de leur objectif de jeu.

### 3.3.1.1.3 Le biais de l'avantage compétitif

Le dernier aspect qui touche la modification du gameplay des joueurs est le biais de l'avantage compétitif. En effet, pour certains joueurs, les skins vont avoir un effet de

biais psychologique qui va leur donner l'impression d'avoir un avantage compétitif lorsqu'ils utilisent des skins.

Eliott illustre très bien cela en nous disant qu'il a l'impression que le skin Oméga dans Fortnite lui donne l'impression d'avoir des capacités supérieures par rapport aux autres skins. Cela veut donc dire, d'après Eliott, que certains skins sont meilleurs que d'autres. Zuzanna renforce cette idée en nous disant qu'elle a l'impression de mieux jouer lorsqu'elle utilise un skin sur son champion dans League of Legends.

En résumé, les skins vont avoir un impact psychologique positif sur les performances perçues par les joueurs. Cela va donc impacter directement leur compétence en jeu mais également leur comportement et leur confiance. Cette perception d'avantage compétitif prouve donc que les skins ont un impact sur les performances des joueurs ainsi que sur leur comportement dû à leur perception de meilleures compétences. Un joueur confiant va par exemple tenter des actions plus risquées.

### 3.3.1.2 La représentation et l'identification

Comme vu précédemment, si les joueurs utilisent les skins, c'est notamment pour se représenter et s'identifier dans le jeu. Par exemple, Marine nous dit ceci : *« Par exemple, les skins féminins, pour les filles, voilà, c'est un peu plus proche que, tu vois, genre les combattants de base, genre des mecs matraqués et tout. Donc quand ils font des skins plus féminins et tout, je trouve que ce sont des skins qui nous représentent parce que c'est ce qu'on est quoi »*.

Le fait de pouvoir personnaliser son avatar dans les jeux va être cruciale pour grand nombres de joueurs car cela va leur permettre de se sentir plus projeté dans le jeu ainsi que de ressentir une plus grande connexion à leur avatar virtuel. Mazarine confirme nos dires en nous disant : *« C'est vrai que c'est un petit plus (un skin) qui le met en avant (le personnage), on est fier en game de se dire, voilà c'est mon personnage, c'est le mien »*.

#### 3.3.1.2.1 L'expression de la personnalité

Pour pouvoir se représenter et s'identifier au sein du jeu, plusieurs joueurs ont mis en avant le fait de pouvoir exprimer leur personnalité.

Par exemple, pour Nolan, un bon skin est celui qui va apporter une identité au personnage ou au joueur. Cela va permettre aisément aux joueurs d'exprimer leur personnalité.

Pour donner un exemple concret, il nous dit ceci : « *Pour moi, les skins c'est comme les maillots de foot, c'est du cosmétique mais ça permet de montrer ton appartenance et ce que tu aimes.* » Ici, il compare un bon skin à un maillot d'équipe de football qui permet de marquer l'appartenance de la personne le possédant à la communauté du football ou à la communauté du club sur le maillot. Les joueurs vont donc pouvoir s'exprimer de plusieurs manières via les skins, par exemple en portant des cosmétiques de leur équipe favorite ou liés à des causes spécifiques comme la cause LGBT, etc...

En s'exprimant de cette manière, les joueurs vont également utiliser les skins pour montrer leur appartenance à différentes communautés. L'exemple que nous donnait Nolan avec les maillots de foot est également valable pour les communautés. Via les skins, les joueurs peuvent mettre en avant leur soutien à diverses communautés, comme les équipes d'esport. En revêtant ces skins, cela va leur permettre de s'intégrer à des communautés et de créer de nouveaux liens sociaux. Cette appartenance renforce les liens sociaux et l'intégration au sein des communautés de joueurs.

En résumé, les skins permettent aux joueurs d'exprimer leur personnalité et donc involontairement ou non de montrer leur soutien à des groupes ou des causes ainsi que de les rejoindre.

#### 3.3.1.2.2 L'esthétisme et personnalisation

Comme déjà vu précédemment, l'esthétisme est sans aucun doute la motivation majeure de l'achat des skins. Plusieurs interviewés nous parlent d'ailleurs de leur relation avec l'esthétique des skins. Aurélien trouve que les skins sont quelque chose de joli bien que ce ne soit pas la seule motivation à leur achat. Cyril, quant à lui, apprécie les skins, il trouve que cela rend le jeu plus agréable visuellement et que cela va permettre d'associer de bons skins au personnage qu'il va jouer. Il aime également coordonner son skin avec la bannière de son profil, liant ainsi le skin à l'interface du joueur. Beaucoup de joueurs partagent le même point de vue que Cyril et apprécient les skins pour leur capacité à embellir visuellement le jeu.

Près de la moitié des interviewés partagent ce point de vue et nous disent que les skins rendent le personnage joué plus à la mode et améliorent le confort visuel du jeu. Nolan va même plus loin en comparant les skins à des vêtements. Il comprend l'attrait esthétique qu'il y a derrière les skins mais trouve que parfois leur achat est superflu. Cette comparaison est donc un parallèle au monde hors-ligne et peut être perçue comme

une sorte d'extension de notre identité personnelle dans ce monde virtuel. C'est donc un prolongement de la mode dans le monde des jeux vidéo. Ce qui n'est pas étonnant quand on sait que des marques de vêtements collaborent avec des éditeurs de jeux vidéo pour avoir des skins à leur image dans certains jeux.

Dans cet extrait, Cyril nous parle de l'importance de la personnalisation : « *Donc, comme sur Valorant, les skins où il y a les effets si le mec, il meurt et qu'il y a les effets de balles traçantes. Je trouve que c'est bien mieux parce qu'on a l'impression d'en avoir plus pour son argent parce qu'il est animé, il est très détaillé. On voit qu'il y a eu du boulot dessus avec les designers et pas juste de couleurs mélangées. Par exemple, ouais, sur Warzone, j'avais pris un pack avec...C'était sur Modern Warfare. Il y avait un pack avec des armes, il y avait vraiment balles traçantes, mauves, puis il y avait des animés, c'était animé. Je trouve que c'est mieux ça, quand il y a vraiment du boulot derrière avec l'esthétique et les effets. Certains skins, c'est vraiment juste noir et jaune, par exemple* »

En effet, les skins avec des effets supplémentaires sont particulièrement prisés. Cyril veut que ses skins offrent plus que de simples améliorations esthétiques, cherchant des "finishers", des effets de balle traçante et des animations. Il nous informe également qu'il existe des skins avec des variantes permettant une ultra-personnalisation. Selon lui, c'est cette grande importance accordée aux détails et aux fonctionnalités supplémentaires par les développeurs qui maximise l'investissement dans ces objets virtuels.

Tout comme Cyril, Mazarine trouve également important et cool de pouvoir modifier plusieurs paramètres de certains skins comme la forme ou la couleur dans FFXIV. Rachele partage ce même avis en nous disant que : « *Les skins que j'aime ? Les couteaux sur Valorant et le skin... Je crois que c'est Karambit. J'aime bien les animations, en ce moment et il y a aussi l'animation, bah, l'esthétique aussi. L'animation et l'esthétique. Et il y a plusieurs couleurs aussi* ».

Pour finir, Zuzanna a un grand intérêt pour les skins ultra-personnalisables. Elle nous donne l'exemple du skin dans League of Legends sur le personnage de Lux : Lux élémentaliste. Ce skin permet des modifications au cœur même des parties, ajoutant une personnalisation en temps réel.

En résumé, toutes ces personnalisations vont permettre aux joueurs de renforcer le lien entre eux et leurs avatars virtuels. Cela va enrichir leur expérience de jeu et également permettre d'exprimer leur identité virtuelle de manière très complète. Les joueurs vont donc accorder beaucoup d'importance à la beauté ainsi qu'à l'individualité dans les interactions avec les autres joueurs.

### 3.3.1.3 Le statut social et le symbolisme

La troisième sous-section concerne le statut social et le symbolisme lié aux skins. D'après plusieurs joueurs, les skins sont utilisés pour se mettre en avant ou parfois même pour « flex » (se la péter).

Pour illustrer ces propos, Nolan nous dit d'ailleurs ceci : « *Alors oui j'ai déjà acheté des skins. Et alors... La question est compliquée. Parce que la première fois que j'ai acheté un skin honnêtement je ne saurais plus te dire pourquoi. Probablement pour flexer. Je pense que c'était l'essentiel de la démarche.* » En effet, il nous confie que la raison pour laquelle il avait acheté ses premiers skins était de se mettre en avant et d'être fier de montrer à tout le monde qu'il avait les moyens d'en avoir. C'était souvent un comportement dû à un effet de mode selon lui.

Il y a deux raisons qui permettent de justifier d'être fier de posséder des skins. La première est que certains, comme vu précédemment, peuvent atteindre une valeur financière très élevée. Cette possession d'un bien de valeur chère va donc accorder à la personne possédant ce skin rare un statut social supérieur. Très simplement, le fait de posséder des choses chères va provoquer un biais psychologique chez les joueurs qui leur fait penser que la personne le possédant est d'office quelqu'un ayant beaucoup de moyens financiers. La deuxième raison est que certains skins sont très difficiles à obtenir et demandent un investissement conséquent dans le jeu. Les joueurs possédant des skins difficilement acquérables vont également eux aussi obtenir un statut social dans le jeu plus élevé. De manière simple, le fait de posséder un skin difficile à avoir va provoquer un biais psychologique chez les joueurs qui leur fait penser que ce joueur est très dévoué au jeu.

De plus, certains skins servent à transmettre un message ou ont une valeur symbolique. Aurélien nous raconte à travers son interview une anecdote faisant directement écho à la valeur symbolique d'un skin : « *Bah par exemple y'a le shorty de... Tu connais l'histoire du joueur pro qui s'est... Je peux raconter l'anecdote ? Le joueur pro qui s'est suicidé*

*y'a pas longtemps. Bah ça par exemple, je suis fier de l'avoir, bah c'est un skin de shorty, donc c'est une arme du jeu, bah celui-là je vais le laisser dans mon inventaire. Parce que c'est un shorty qui apporte un truc en plus, qui fait passer un message. »*

Dans cette courte anecdote, Aurélien nous raconte l'histoire d'un skin sur l'arme « Shorty » dans le jeu Valorant. En effet, Twisten, un joueur professionnel qui jouait très souvent avec un skin sur cette arme, a malheureusement mis fin à ses jours. Pour beaucoup de joueurs, dont Aurélien, ce skin d'arme a énormément pris de valeur symbolique aux yeux des joueurs. C'est pour cette raison qu'Aurélien joue très souvent avec ce skin qu'il est d'ailleurs très fier de posséder. Aussi, Cyril nous informe que certains skins commémorent des compétitions ou des événements marquants, que ce soit lié au jeu en lui-même ou à d'autres événements. Cela va donc renforcer selon lui l'attachement des joueurs à ces skins spécifiques. Par exemple, certains de ces skins vont être des stickers à coller sur des armes mentionnant les vainqueurs de certaines compétitions ou encore des événements. Cela va donc rajouter une dimension historique et symbolique à la valeur de ces skins.

En résumé, les skins vont également être porteurs de messages forts. Ils vont transmettre des informations comme le statut social des joueurs ou tout simplement porter des valeurs symboliques qui commémorent des événements, des actions, des compétitions, ...

#### 3.3.1.4 L'engagement, collection et rareté

Un autre motif d'achat des skins est le fait de vouloir montrer aux autres l'investissement et le temps que l'on accorde au jeu. Marine est d'ailleurs partisane de cet avis en nous disant qu'avoir des skins prouve qu'on joue régulièrement au jeu et qu'on y accorde de l'importance.

De plus, beaucoup de joueurs partagent une passion pour la collection de skins. Parmi les interviewés, Cyril et Victor en sont des adeptes et trouvent que cela a un côté ludique d'agrandir de plus en plus leur collection de skins. Cela devient donc un moyen de montrer leur engagement et leur passion pour leurs jeux vidéo préférés. Le fait de collectionner des skins va donc leur permettre de se distinguer des autres en affichant leur dévouement et leur investissement à long terme sur le jeu. Cela fait donc directement référence à la partie précédente où les joueurs vont posséder un statut social différent en possédant beaucoup de skins.

Pour finir, la rareté et la disponibilité temporaire des skins vont également avoir un énorme impact sur les motivations d'achat des joueurs. Aurélien nous dit qu'il va préférer acheter ses skins sur League of Legends en fonction de leur rareté car cela sera porteur d'une meilleure qualité de skins. De même, Cyril trouve que la rareté est un facteur déterminant. Il nous explique que dans certains jeux, surtout Counter-Strike, la rareté ne va pas être qu'un « fait ». Elle va directement influencer l'esthétisme des armes ainsi que leur dégradation. La rareté va donc ajouter une dimension supplémentaire dans la personnalisation des skins. Sur un autre jeu, pour Marine, le skin Chevalier Noir de la première saison de Fortnite est particulièrement prisé en raison de sa rareté et de son ancienneté. Ce skin est hautement valorisé par la communauté en raison de son exclusivité et de l'effort nécessaire pour l'obtenir. Il s'agit également d'une forme de rareté un peu plus symbolique que les autres mais qui est tout autant valable. Comme dernier exemple, nous pouvons citer Zuzanna qui nous informe que la rareté et la disponibilité dans le temps d'un skin vont fortement influencer ses choix d'achats. Si certains skins rares ne sont disponibles que pendant un certain laps de temps, elle va se mettre une pression supplémentaire pour ne pas manquer l'opportunité.

En résumé de cette partie, nous apprenons que pour nos interviewés que les skins vont être un moyen de montrer aux autres joueurs que l'on accorde beaucoup d'importance au jeu. Cet attrait va parfois se manifester chez certains joueurs pas des collections énormes de skins. Aussi, la rareté de certains skins va être également un moyen de prouver que l'on est actif dans le jeu. Dans certains cas, la simple valeur ajoutée par la rareté va justifier que les joueurs vont vouloir agrandir leur collection de skins.

### 3.3.1.5 Le support monétaire et le « gambling »

Ensuite, certains joueurs achètent des skins pour soutenir financièrement le développement de leurs jeux préférés. Cyril mentionne le fait que cela ne le dérange pas du tout de dépenser de l'argent dans des jeux gratuits afin de soutenir le développement financier du jeu auquel il joue. Il dit qu'il voit par ce moyen une manière de contribuer à la pérennité du jeu. Cependant, il ajoute qu'il a plus de mal à dépenser de l'argent pour des skins dans des jeux qu'il a dû acheter. De même, Nolan partage la même opinion que Cyril. Contrairement à ce qu'il faisait quand il était plus jeune, il nous dit que s'il achète des skins aujourd'hui, c'est surtout pour soutenir le développement continu de certains jeux, notamment League of Legends. De plus, il préfère soutenir des projets et des causes, illustrant une approche plus philanthropique de l'achat de skins. Pour Nolan,

l'achat de skins n'est pas seulement une question d'esthétique, mais aussi un moyen de soutenir des initiatives et des causes qu'il considère importantes, comme les équipes esport ou la lutte contre l'homophobie. En effet, certains jeux proposent de temps en temps des actions où une partie des achats effectués sur les jeux sont reversés à des associations de charité.

De plus, le lien avec le « gambling » (les jeux d'argent) est également présent dans les motivations d'achat de nos interviewés. Aurélien a acquis une grande partie de son inventaire via le gambling, ce qui a ajouté une dimension de chance et de risque à son expérience. Pour rappel, en effet, ces skins peuvent être joués comme des jetons de casino sur plusieurs applications développées par les communautés de joueurs. Il est donc possible de jouer à divers jeux en ligne, dont certains directement inspirés des casinos, directement avec des skins.

Cyril partage également cet attrait pour le « gambling » en nous disant qu'il adore ouvrir des lootboxes à travers son témoignage : *« Oui, alors si, je l'ai toujours fait, même encore aujourd'hui. La première fois que je l'ai fait (ouvrir des lootboxes). C'était sur Counter-Strike, parce qu'il y avait les caisses quand c'était encore légal, vu que maintenant, on ne peut plus. Je préférais essayer d'avoir dans la caisse plutôt que de l'acheter, parce qu'il y avait les couteaux, etc. D'ailleurs, je me souviens encore, le premier skin que j'ai eu, c'était une Awp Assimov StatTrak que j'ai revendue pour m'acheter des jeux. C'était à ce moment-là, du coup, que j'ai acheté des PaySafe Card pour acheter des boîtes. J'aimais bien, je trouvais ça marrant. En fait, c'était le principe d'avoir les caisses où il y avait parfois des trucs très moches, où parfois, ils étaient tous un peu bien. Bon, après, on était dégoûté quand on a la rareté bleue, mais voilà. Mais je ne pense pas que c'était pour flex, mais juste, je trouvais beau et j'aimais bien. J'essayais, je trouvais ça marrant sur Counter-Strike, d'essayer d'en avoir, puis de les revendre, d'acheter des jeux, etc... »*

A travers ce témoignage, il explique qu'il trouve cela excitant de ne pas savoir à l'avance ce qu'il y aura à l'intérieur de la boîte qu'il est en train d'ouvrir. L'achat de skins va donc parfois être utilisé par les joueurs pour se procurer les mêmes sensations que l'on retrouve dans les casinos avec une mise d'argent et l'obtention d'un gain ; dans notre cas, un objet d'une valeur aléatoire.

De plus, il nous informe que certains skins qu'il a acquis via le gambling avaient une valeur monétaire très forte. Il a pu s'acheter d'autres cosmétiques et également d'autres jeux vidéo en revendant les skins qu'il avait précédemment acquis. Comme vu précédemment, Cyril nous confirme l'existence des marchés communautaires où les skins s'échangent contre de l'argent réel, donnant une vraie valeur marchande à ces objets virtuels.

#### 3.3.1.6 L'obtention gratuite et importance relative des skins

Pour finir, certains joueurs préfèrent obtenir des skins sans dépenser d'argent réel dans les jeux vidéo. En effet, certains skins peuvent être obtenus gratuitement ou par des moyens alternatifs. Mazarine, par exemple, préfère ne pas acheter de skins mais apprécie ceux qu'elle a reçus via des récompenses en jeu ou des cadeaux d'amis. Elle préfère dépenser de l'argent virtuel plutôt que réel pour obtenir des skins, comme l'argent gagné dans le jeu. Cette approche permet aux joueurs de profiter des avantages esthétiques des skins sans engager de dépenses réelles, ce qui peut être particulièrement attrayant pour ceux qui souhaitent limiter leurs dépenses.

En outre, certains joueurs perçoivent les skins d'une manière totalement différente. Plusieurs de nos interviewés, notamment Victor, Nolan et Renato, considèrent que les skins ne sont pas du tout nécessaires et peuvent ne pas servir à grand-chose. Malgré tout, ils reconnaissent qu'ils aiment les posséder. Il y a donc une sorte de dualité par rapport à la perception des skins. D'un côté, certains reconnaissent et trouvent que les cosmétiques ne servent à rien, tandis que pour d'autres, ils permettent d'accomplir une multitude de missions précédemment listées dans cette partie. L'utilité que les joueurs donnent aux skins va donc être personnelle et va dépendre d'un joueur à l'autre.

#### 3.3.2 Les skins et l'intégration sociale

Dans cette seconde partie, nous allons nous intéresser aux liens entre les skins et leur impact sur l'intégration sociale des joueurs. Étant donné la grande quantité d'interactions qui découlent de l'usage de skins, j'ai décidé de les diviser en plusieurs catégories : les interactions sociales neutres et positives, les interactions sociales négatives, les moqueries et la pression sociale, la modification dans la manière de jouer, l'appartenance aux communautés et enfin la possession de skins.

### 3.3.2.1 Les interactions positives et neutres

#### 3.3.2.1.1 Le partage des skins

La première interaction que nous pouvons remarquer à travers nos interviews est que beaucoup de joueurs interagissent entre eux pour se partager les skins. En effet, dans certains FPS, surtout CSGO et Valorant, il est possible au début d'un round de jeter par terre son arme, préalablement achetée (au début de chaque round de jeu, vous devez acheter les armes avec de l'argent fictif, pour jouer votre prochaine manche), pour qu'un coéquipier la ramasse et puisse l'utiliser. Les joueurs en profitent donc de cette manière pour s'échanger ou se montrer des skins.

Cet extrait tiré du témoignage d'Aurélien illustre bien nos propos : *« T'as un skin tu peux droppé ton skin par exemple parce que dans les autres jeux tu ne peux pas donner ton skin sur Valorant tu le peux du coup il y a des personnes qui ont un skin et qui vont te le demander chaque rounds et qui vont te dire il est génial il est magnifique etc ils vont te le demander tous les rounds parce que on peut permettre de partager les skins dans ce jeu quoi du coup ça arrive très régulièrement sur ce jeu-là ça arrive régulièrement chacun regarde un peu les skins de chacun et quand quelqu'un voit quelque chose qui lui plaît en début de rounds ça demande à chaque fois »*. Ici, il nous indique qu'il lui arrive fréquemment d'avoir des interactions avec d'autres joueurs qui complimentent ses skins lorsqu'il les partage, notamment sur Valorant. Il précise que cela se produit très souvent et constitue une pratique courante dans ce jeu. En revanche, sur CSGO, bien que cela arrive aussi, c'est moins fréquent car les skins y sont généralement moins voyants et attirent donc moins l'attention. Sur les mêmes jeux, Cyril nous rapporte qu'il a déjà rencontré énormément de joueurs qui aimeraient recevoir en prêt un skin pendant le prochain round. Il appuie ces propos en nous disant que c'est une pratique qui se produit quasiment systématiquement.

Rachele va encore plus loin en nous confirmant que ça lui arrive fréquemment qu'on lui demande de prêter ses skins. Elle nous dit également que si elle refuse, il est fort probable que la personne qui n'a pas reçu le skin en prêt va exprimer son mécontentement auprès d'elle ou des autres joueurs. Cependant, l'inverse lui arrive également souvent. Elle nous dit que ça lui arrive de demander d'emprunter une arme pour un round sur Valorant si elle voit un skin qui lui plaît.

Sur d'autres jeux, ici League of Legends et Final Fantasy XIV, Mazarine possède des skins et nous affirme qu'elle a déjà reçu énormément de compliments ou des questions à ce sujet. Cela montre que les skins ne sont pas seulement des objets esthétiques, mais qu'ils jouent également un rôle significatif dans les interactions sociales et la reconnaissance au sein des communautés de joueurs.

#### 3.2.1.1.2 Les discussions à propos du choix de skins

Dans la même veine que la première interaction identifiée, certains joueurs posent énormément de questions sur les skins, que ce soit sur le prix, les raisons de le porter ou encore sur le moyen d'acquisition de ce dernier.

Eliott illustre nos propos en nous disant que fréquemment, d'autres joueurs viennent poser des questions sur ses skins. La plupart du temps, c'est pour discuter des raisons qui ont poussé Eliott à choisir ce skin et pas un autre. Ces interactions sont majoritairement neutres ou positives mais très rarement négatives d'après lui. A l'inverse, il va lui aussi discuter directement avec des joueurs possédant des skins très rares pour comprendre comment ils les avaient obtenus.

Mazarine discute également énormément avec d'autres joueurs à propos de skins. Elle nous apprend que sur FFXIV, il existe des sites communautaires où les joueurs peuvent trouver des tutoriels pour recréer certains skins du jeu. Cela lui arrive donc assez souvent d'interagir avec les joueurs pour savoir comment les reproduire ou tout simplement pour en discuter.

D'autres de nos interviewés témoignent également du même sujet. Notamment Aurélien qui observe que sur CSGO, posséder des skins de grande valeur, comme celui qu'il possédait d'une valeur de 500 euros, changeait la manière dont les autres joueurs se comportaient avec lui. Il avait l'impression que les joueurs étaient plus amicaux avec lui. De plus, il remarquait que de plus en plus de joueurs lui faisaient des demandes d'amis au sein du jeu. Il pense que cela est probablement due au fait d'avoir un statut social élevé au sein du jeu ou alors que certains joueurs pensaient qu'il pourrait leur offrir des skins grâce à sa collection de skins d'une valeur monétaire haute. Cyril observe cette même dynamique de comportement social. Il nous dit que sur CSGO, les joueurs qui avaient des skins très chères et rares recevaient énormément de compliments et étaient souvent perçus comme des personnes riches ou des OG's (des personnes extraordinaires).

Les questions que posent les autres joueurs à Nolan lui font d'ailleurs penser qu'il y a un parallèle entre les skins et les vêtements de notre quotidien. Il a l'impression que les deux vont jouer des rôles sociaux importants et que c'est pour cette raison que les gens vont les complimenter ou se poser des questions sur l'apparence des personnes/joueurs.

#### 3.2.1.1.3 L'échange monétaire de skins

Pour finir, la dernière interaction identifiée est l'échange de skins sur les marchés communautaires. Cyril nous explique que lorsqu'il échangeait ses skins provenant de CSGO, il avait énormément de contacts avec d'autres joueurs pour en discuter. Il nous dit que ce n'était donc pas uniquement une simple transaction mais qu'il y avait un réel contact qui permettait de créer des liens au sein de la communauté. Il voit donc le commerce de skins comme une activité sociale supplémentaire entre les joueurs.

#### 3.3.3.2 Les interactions sociales négatives

##### 3.3.3.2.1 Les moqueries

La première interaction sociale négative est due à la non-possession de skins chez certains joueurs. En effet, certains joueurs, comme vu précédemment dans la théorie, se moquent des personnes n'ayant pas de skins. Par exemple, Aurélien rapporte qu'il a déjà vu des joueurs se faire moquer parce qu'ils n'avaient pas de skins sur Valorant. Bien que ces moqueries soient souvent prises à la légère, certains joueurs se font traiter de "pauvres", soulignant une stigmatisation sociale liée à la possession de skins. Cyril va encore plus loin en affirmant que lorsqu'une personne joue mal et n'a pas de skins, cela devient une raison supplémentaire pour être critiquée. *"Ça arrive souvent aussi que je sois témoin de gens qui sont dénigrés parce qu'ils sont nuls. Et après, le gars, quand il spectate (mode spectateur du jeu), il voit qu'il n'a pas de skin, donc il lui dit qu'il est pauvre, etc. Ça, ça arrive souvent."*

Cette observation montre que les skins peuvent servir de prétexte pour intensifier les critiques envers les joueurs, renforçant ainsi la pression sociale et les moqueries que subissent certains joueurs. Rachele observe que les joueurs qui possèdent des skins mais jouent mal sont souvent plus facilement dénigrés. Elle nous dit qu'un argument est fréquemment utilisé : *"Pourquoi tu mets de l'argent sur le jeu si tu es nul ?"* Ce point illustre que posséder un skin va augmenter chez certains joueurs une attente de performance. De plus, si les joueurs n'y répondent pas, ils risquent un plus grand nombre de critiques.

Malheureusement, un de nos interviewés a d'ailleurs subi ces moqueries. En effet, Eliott a subi des moqueries parce que selon lui, il jouait mal et n'avait pas de skins. C'est surtout le fait qu'il n'avait pas de skins qui a amplifié les critiques d'après lui.

#### 3.3.3.2.2 Les menaces

Une autre mauvaise situation liée aux skins a été vécue lorsque Eliott était plus jeune. Malheureusement, ce dernier a subi des menaces d'un autre joueur pour qu'il lui achète un skin. À force de chantage et sous la pression, il a fini par céder et acheter le skin. Cette anecdote met en lumière que les skins sont des objets convoités par d'autres joueurs à tel point que des actes immoraux et non éthiques peuvent avoir lieu au sein des communautés de joueurs de jeux vidéo.

De plus, Nolan note que certains skins, notamment ceux qui sont roses ou efféminés dans League of Legends, peuvent déclencher des réactions négatives, notamment des remarques homophobes. Cela révèle comment les perceptions culturelles et les stéréotypes peuvent influencer les interactions sociales dans les jeux vidéo.

#### 3.3.3.2.3 Les différentes formes de pression

Une autre forme d'interaction négative se présente sous différentes formes de pressions exercées par d'autres personnes ou envers la personne elle-même.

Aurélien nous évoque qu'il a déjà ressenti de la pression exercée par ses amis pour qu'il achète certains skins qui ne sont disponibles que pendant une durée limitée. Il nous explique que sur Valorant, il y a en effet une boutique quotidienne qui s'actualise toutes les 24 heures avec un roulement des skins disponibles en réduction. Selon lui, pour la plupart du temps, il s'agit de plaisanteries de ses amis mais malgré tout, elle existe bel et bien.

Cyril nous raconte lui aussi une anecdote similaire : *« Ouais, une fois, la team avec laquelle je faisais beaucoup de Warzone, elle avait acheté un pack FaZe. Et je n'avais pas envie parce que je trouvais qu'il était moche. Mais du coup, je l'ai quand même acheté parce qu'ils l'avaient tous. Et ça m'a saoulé. Mais bon, je pense que c'était une dizaine d'euros. C'était le perso et les armes, les camouflages. Mais je trouvais ça moche parce qu'ils l'avaient. Je me suis dit, vas-y, maintenant qu'ils l'ont tous, si on fait la full team et que moi, je ne l'ai pas, je vais l'acheter. Mais je n'avais pas envie de le prendre. Je ne trouvais pas ça ouf. »*. On apprend ici que lorsqu'il jouait à Call of Duty avec ses amis, il était le seul à ne pas posséder le skin dans ce groupe. Il a alors subi une

pression de ses pairs pour que celui-ci finisse par l'acheter, afin que toute l'équipe de 5 personnes possède le même skin. Finalement, il a cédé et a fini par acheter ce skin qui ne lui plaisait pas plus que ça, pour ne pas être le seul de son équipe à ne pas le posséder. Nolan, quant à lui, se souvient qu'étant plus jeune, il ressentait une pression accrue si tous les membres de son équipe avaient un skin et pas lui. Cette pression sociale le poussait à consommer davantage. Il admet également avoir mis la pression sur ses amis pour qu'ils achètent des skins, illustrant comment cette dynamique peut fonctionner dans les deux sens.

Une de nos interviewées subit une autre forme de pression. En effet, Marine se met la pression à elle-même et se sent parfois poussée à acheter des skins en raison du temps qu'elle passe sur le jeu. Elle pense que cette pression vient en partie du désir de montrer à son groupe d'amis qu'elle possède les meilleurs skins, démontrant l'influence sociale des pairs sur les décisions d'achat. Il en va de même pour Victor qui exprime une envie récurrente d'acheter le pass de combat de Fortnite à chaque début de saison pour obtenir les skins de la saison et ainsi montrer aux autres joueurs son implication dans le jeu.

L'avant-dernière pression identifiée concerne la peur du regard des autres. Eliott évoque la pression ressentie lorsqu'il voulait absolument un skin temporairement disponible, mais qu'un de ses amis le trouvait inesthétique. Cette opinion a semé le doute en lui, le poussant à remettre en question son désir d'achat et à craindre la réaction des autres. Comme dernier exemple, Aurélien mentionne qu'il ressent une pression personnelle pour acheter des skins sur son compte secondaire (ou smurf). Il affirme qu'il n'a pas de "feelings" avec les armes sans skins et est prêt à acheter n'importe quel skin pour améliorer son ressenti et donc mieux performer. Cela montre une forme d'auto-pression liée à la perception de la performance et à l'esthétique des armes.

Ces témoignages montrent que la pression liée à l'achat de skins peut venir de plusieurs sources, qu'il s'agisse des autres joueurs ou d'une auto-pression. Cette dynamique influence non seulement les décisions d'achat des joueurs, mais aussi leur expérience et leur performance dans le jeu.

### 3.3.3.3 Les modifications de comportements en jeu

#### 3.3.3.3.1 Les décisions stratégiques

La première modification de comportement identifiée concerne les stratégies élaborées par les joueurs à cause de certains skins. Par exemple, selon Eliott, sur Fortnite, le skin

que l'on choisit va influencer inconsciemment le comportement des autres joueurs. Il nous dit que certains skins sont identifiés par les joueurs comme des skins compétitifs et que par conséquent, les joueurs vont adopter une stratégie plus défensive pour éviter de se faire attaquer par ce joueur qui joue la gagne. D'après cette observation, les skins sont donc des moyens de communiquer indirectement aux autres joueurs notre niveau de compétence et parfois même nos intentions de jeu, ce qui peut donc influencer le cours de la partie.

À contre-exemple, un skin pourrait pousser les joueurs à prendre de mauvaises décisions stratégiques dans certains jeux. Du moins, c'est ce que Rachele nous affirme. D'après elle, sur Valorant, certains joueurs vont risquer leur sécurité pour ramasser une arme avec un skin qu'ils trouvent attrayant ou qu'ils ne possèdent pas. Cela peut les mettre en danger, les exposant à des attaques et provoquant parfois des situations de frustration ou de colère parmi leurs coéquipiers. Dans ce cas, on peut remarquer que ramasser un skin dans les FPS peut parfois déstabiliser les joueurs et les pousser à prendre des décisions non rationnelles quitte à se sacrifier en jeu.

#### 3.3.3.3.2 Les skins-outils : provocation et émotes

La seconde modification de comportement concerne les provocations ou, plus communément appelées par les joueurs, le « taunt » ainsi que les émoticônes, abrégés en émotes. En effet, les skins pourraient être utilisés comme outils de provocation et modifier le gameplay d'autres joueurs. Marine nous parle d'ailleurs d'un exemple à travers son interview :

« Marine : Genre, il y a même des skins qui sont prévus pour ça. Par exemple, je me rappelle, sur Fortnite, il y avait le skin banane. C'était vraiment pour attirer les joueurs à venir t'attaquer ou quoi. Et sinon...

Intervieweur : C'est un peu considéré comme de la provoque, le skin banane ?

Marine : Ouais, c'est ça. C'est plus en mode provoque.

Intervieweur : Et... Les interactions, c'était quoi ? C'était plus en parler ? Plus juste tes comportements, le fait qu'ils se déplaçaient différemment ? Ou juste plus des paroles ?

Marine : C'était en mode, genre, j'ai un skin plus dur à jouer. Qui attire plus et que, du coup, les gens venaient nous attaquer plus facilement parce qu'on n'avait pas trop d'allure, tu vois. Et qu'au final, c'est le retournement de situation et que c'est la banane

*qui gagne, tu vois. C'est un peu de la provocation, en mode, tu t'es fait buter par une banane, quoi ».*

A travers cet extrait, Marine nous explique que sur Fortnite, certains skins, comme celui de la banane, sont utilisés comme des outils de provocation. L'utilisation de ce skin va attirer l'attention des adversaires et va inciter directement les adversaires à engager le combat. D'après elle, ce skin, étant considéré comme ridicule et provoquant, engendrerait une plus grande agressivité en jeu et pousserait plus fréquemment les joueurs à l'attaquer. Cependant, si l'utilisateur du skin banane arrive à tuer son adversaire lors du duel, cela est vu par une grande partie de la communauté comme un acte ridicule ou « humiliant ». Elle nous informe également que paradoxalement, ne pas posséder de skins sur Fortnite peut aussi être vu comme de la provocation car il est extrêmement facile d'en avoir sur le jeu.

Sur un autre jeu, League of Legends, Mazarine nous dit que les émotes peuvent être considérées comme des outils de taunt. Cela s'explique par le fait qu'ils peuvent être envoyés à la chaîne en jeu et qu'ils vont viser à énerver ou provoquer l'adversaire. Elles peuvent donc impacter considérablement le cours de la partie si le joueur provoqué cède à la provocation et engage le combat dû à son énervement. Cependant, les émotes peuvent également simplement servir à communiquer avec les coéquipiers et les adversaires afin d'exprimer un tas d'émotions.

Pour finir, Nolan avoue qu'il aime utiliser certains skins sur League of Legends pour provoquer les autres joueurs. Il mentionne l'exemple du skin « Taric du 5ème âge », un skin tout rose qu'il utilise pour faire réagir les adversaires et même ses propres coéquipiers. Cette utilisation stratégique des skins pour provoquer et divertir démontre comment les choix esthétiques peuvent également servir des objectifs psychologiques et sociaux dans le jeu. Nolan aime également faire rire ses amis tout en jouant en mode compétition, montrant ainsi que les skins peuvent servir à des fins variées, allant de la stratégie à la camaraderie.

### 3.3.3.4 L'appartenance aux communautés

#### 3.3.3.4.1 Les guildes et les collaborations

Dans cette partie, nous utiliserons le témoignage de Mazarine qui affirme que les skins favorisent l'intégration aux guildes et incitent les communautés à collaborer. Voici un extrait de son témoignage : « *C'est vrai que sur FFXIV, oui d'abord oui je fais partie du*

*jeu, d'une guilde, et je fais même partie du début de cette guilde, où au début on était deux, et maintenant on est une vingtaine, et on a une guilde, on a notre maison, elle est très belle la maison, on a notre maison autour d'un thème, justement on s'est tous rencontrés au casino, qui est le Gold Saucer, le résultat de notre maison est sur le thème, du Gold Saucer, et on a tous l'insigne sur notre nom, et on a tous des skins liés justement à cet endroit et en plus de ça, oui on a créé un Discord, où on se retrouve tous ensemble, et c'est vrai qu'on échange aussi bien sur le jeu, que sur nos vies au quotidien au final, et c'est vrai que c'est devenu une communauté tout simplement ».* En effet, Mazarine, membre d'une guilde dans FFXIV (Final Fantasy 14), illustre comment les skins peuvent symboliser l'appartenance à une communauté spécifique. Sa guilde, centrée autour du thème du Gold Saucer, un casino virtuel dans le jeu, utilise des skins et des insignes liés à cet univers. Ce groupe d'environ vingt personnes considère la guilde comme une seconde famille, partageant diverses activités et discussions. Lorsqu'ils se déplacent ensemble dans le casino, ils sont facilement reconnaissables grâce à leurs skins thématiques : *« Et nous, justement, on est... On est vraiment une guilde basée sur ce casino où, justement, il y a plein de skins, en fait, liés à ça. Donc forcément, on n'a que des skins liés à ça. Et quand on est présent à cet endroit-là et qu'on est tous là, les gens nous reconnaissent. Les gens savent très bien qu'on est cette guilde-là. Et si jamais, justement, il y a des passionnés aussi de cet endroit-là, ils peuvent aussi discuter avec nous et on voit si on les intègre ou pas, tout simplement. »* Cette reconnaissance renforce le sentiment de communauté et d'appartenance parmi les membres.

De plus, elle nous informe que dans ce jeu, il existe des créateurs de skins joué pas des joueurs qui peuvent exercer ce métier fictif. Tout comme dans notre société, ces créateurs peuvent échanger leurs services contre la monnaie du jeu auprès des autres joueurs. Son objectif va donc être de fabriquer des skins pour les autres joueurs. Le skin est donc au cœur de ce jeu et les joueurs contribuent directement à travers ces échanges à développer cette économie ainsi que d'augmenter les interactions sociales entre les joueurs.

Pour finir, Mazarine nous indique certains skins ne peuvent être acquis que grâce à une étroite collaboration entre les joueurs. Elle illustre cela en nous disant que certains skins rares ne sont obtenables qu'en accomplissant des missions ou des raids en groupe dans lesquels ledit skin n'a parfois qu'un pourcent de chance d'apparaître une fois la

mission accomplie. Ces quêtes vont donc pousser les joueurs à devoir coopérer entre eux afin de remplir leur objectif commun : l'acquisition de skins. Ces raids n'étant parfois que temporaires, il y a donc ce besoin constant pour les joueurs de travailler ensemble et donc de créer de multiples interactions sociales.

#### 3.3.4 La perception des joueurs par les joueurs

Dans cette dernière partie analysant les skins par rapport aux joueurs, nous analyserons comment nos interviewés perçoivent les joueurs (ne) possédant (pas) de(s) skins.

##### 3.3.4.1 Les joueurs ayant des skins

Tout d'abord, Rachele nous indique que les joueurs qui possèdent beaucoup de skins sont souvent perçus par les autres joueurs comme plus investis dans le jeu. Elle explique que cette impression est basée sur le fait que ces joueurs ont de nombreux skins d'armes, par conséquent les joueurs vont faire le raccourci en se disant que si un autre joueur a beaucoup de skins c'est parce qu'il joue beaucoup et s'il joue beaucoup, il a de forte chance qu'il soit meilleur.

Ensuite, Nolan note que lorsque quelqu'un possède un skin de la même série ou du même style que lui, il a tendance à considérer cette personne comme un allié, même si cela peut être un jugement totalement biaisé selon lui. Il précise : *"Par exemple, si je vois un troisième joueur dans la partie qui a un skin similaire à celui que nous avons choisi, je me dis : 'Ah, c'est un des nôtres'. Cela peut me pousser à l'aider un peu plus dans le jeu, peut-être un peu inconsciemment, en pensant que c'est un allié, alors que ce n'est pas nécessairement le cas. Il pourrait très bien être le pire joueur que l'on rencontre habituellement dans d'autres parties."*

Cette association des skins avec l'appartenance à un groupe démontre comment les skins peuvent renforcer les liens communautaires au sein du jeu.

Pour finir, Aurélien observe que la possession de skins est devenue la norme dans de nombreux jeux. Cette standardisation de l'utilisation des skins souligne leur importance croissante dans l'expérience de jeu. Aussi, dans FFXIV, Mazarine souligne que les skins occupent une place significative, même s'ils ne sont pas le point central du jeu. Cela montre que, dans certains contextes, les skins peuvent devenir un aspect intégré et attendu de l'expérience de jeu.

### 3.3.3.2 Les joueurs n'ayant pas de skins

La perception qu'ont les joueurs sur ceux ne possédant pas de skins peut également énormément varier.

Par exemple, Aurélien indique qu'il peut penser que ces joueurs sont des smurfs, des joueurs jeunes, ou des personnes qui n'ont pas beaucoup d'argent à investir dans le jeu. Ce jugement révèle une tendance à associer l'absence de skins à des facteurs économiques ou à des choix de jeu spécifiques. Eliott partage une expérience de son passé où il s'était montré méchant avec un joueur sans skins, regrettant ensuite son comportement, ce qui souligne comment les skins peuvent influencer les interactions sociales de manière négative.

Aussi, Aurélien nous dit que lorsqu'il voit des joueurs qui n'ont pas de skins, il va se dire qu'il y a de forte chance que ce soit un compte smurf (un joueur qui joue sur un autre compte que le sien ; généralement avec un niveau plus bas afin de jouer de manière plus détendue ou avec ses amis) ou alors que la personne n'a pas forcément beaucoup de moyens. Marine pense aussi que le manque de skins peut être dû à un manque d'intérêt pour le jeu ou bien dû à un manque de ressources financières. Pour finir, Nolan renforce l'observation de Marine en nous disant que parfois il fait le lien entre le manque de skins et un signe de faiblesse économique. On remarque ici qu'il y a donc une tendance à croire que les joueurs ne possédant pas de skins sont donc perçus comme ayant de faibles moyens économiques.

Enfin, Eliott quant à lui, partage une expérience de son passé où il avait été méchant avec un autre joueur uniquement car il n'avait pas de skins. Il regrette aujourd'hui d'avoir eu ce comportement. L'absence de skins peut donc entraîner dans certains cas des interactions de violence.

### 3.3.3.3 Les avis nuancés

Pour certains joueurs, comme Aurélien et Cyril, le fait qu'une personne n'ait pas de skins n'est pas important. Ils considèrent que l'essentiel est que la personne apprécie le jeu avant d'investir dans des éléments cosmétiques. Eliott est également d'accord avec cette opinion et rajoute en plus que selon lui, les skins ne reflètent pas d'office le niveau d'un joueur et qu'il y a d'autres facteurs. Dans ce cas-ci, les interviewés ont une approche beaucoup plus ouverte d'esprit envers les joueurs débutants ou ceux qui ne veulent pas acheter de skins.

De plus, Rachele pense que les joueurs qui ne mettent pas d'argent dans le jeu peuvent avoir d'autres priorités financières, tandis que Renato, plus âgé, ne voit pas l'importance des skins et considère que cela concerne principalement la jeune génération.

Pour finir, Nolan souligne que ne pas avoir de skins peut même devenir une marque de fabrique, comme pour l'un des meilleurs joueurs de LOL, le coréen Faker, qui joue sans skins, conférant ainsi une valeur symbolique à cette absence. On apprend d'ailleurs que ce joueur aime bien les skins mais ne voit pas l'intérêt de jouer avec.

### 3.4 Les perspectives des non-joueurs

Juste avant de synthétiser les perspectives de joueurs et de les comparer à la littérature scientifique, il nous reste deux interviews à analyser ; celle de nos deux professionnels non joueurs. Il s'agit de Pierre qui est un responsable marketing du studio de jeux vidéo belge Wild Bishop et de Mr D qui occupe le poste de responsable de la coordination contre le harcèlement.

L'inclusion des perspectives de non-joueurs vise à enrichir cette étude en fournissant des insights externes sur les dynamiques sociales et les impacts des skins. En interviewant un responsable marketing, l'objectif était de comprendre les raisons d'achat des joueurs du point de vue d'un professionnel. Concernant l'expert en prévention du harcèlement, l'objectif était de déterminer si des formes d'exclusions sociales se manifestent également hors ligne, au sein des communautés de joueurs. Ces perspectives offrent une vision plus complète et diversifiée de l'impact des skins dans les jeux vidéo.

#### 3.4.1 Pierre, responsable marketing Wild Bishop

Tout d'abord, Pierre met en avant plusieurs aspects clés des skins dans les jeux vidéo, en particulier leur rôle dans la collaboration entre communautés et la différenciation sociale. Il souligne l'importance des partenariats entre différentes franchises, comme les collaborations de Fortnite avec Transformers et Naruto. Selon lui, ces alliances permettent de tisser des liens entre diverses communautés de joueurs, renforçant ainsi l'engagement et la diversité culturelle au sein du jeu.

Tout comme Nolan l'a fait précédemment, Pierre nous parle des joueurs qui aiment « flexer » en utilisant des skins. Dans leur jeu, Judge Ball, il y a en effet un skin qui est spécifiquement réservé aux joueurs ayant participé à l'Alpha (phase de développement d'un jeu contenant encore de nombreux bugs). Ce skin possède un casque doré et cela

permet donc aux joueurs de se distinguer et de montrer leur engagement au sein de la communauté des joueurs de ce jeu.

En outre, Pierre envisage d'intégrer des skins représentant des équipes de joueurs, renforçant ainsi l'esprit d'équipe et la fidélité des joueurs envers leurs groupes. Il nous dit qu'il veut à travers cette initiative renforcer les liens entre les joueurs et les équipes afin d'accroître la compétitivité et le côté communautaire du jeu. De plus, Pierre aborde également l'idée de permettre aux joueurs de créer des skins. Cette initiative valoriserait la créativité des joueurs et renforcerait leur sentiment d'appartenance à la communauté. En intégrant les skins les plus populaires créés par les joueurs, le jeu deviendrait un espace de collaboration et d'expression personnelle.

Une comparaison intéressante faite par Pierre est celle des skins avec vêtements de marque. Il observe que ce qui se passe hors-ligne est reproduit dans les jeux vidéo, où les joueurs sans skins ou avec des skins gratuits peuvent être perçus de manière négative.

Enfin, Pierre mentionne que certains joueurs achètent des skins principalement pour soutenir les développeurs, préférant cette motivation à celle de simplement se vanter. Il voit également les skins obtenus par les premiers joueurs comme des trophées, ajoutant une valeur symbolique à leur possession et renforçant leur sentiment d'accomplissement.

#### 3.4.2 Mr D, responsable coordination contre le harcèlement

Premièrement MR D observe que les skins deviennent de plus en plus des symboles de statuts social surtout chez les plus jeunes joueurs. Pour illustrer ces propos, il nous cite l'exemple d'un enfant rejeté par les autres élèves car il ne dépensait pas de « Robux » (la monnaie du jeu Roblox) dans l'achat de skins. C'est d'ailleurs le seul exemple concret que nous avons concernant l'influence des skins sur l'intégration sociale aux communautés hors-ligne.

Secondement, tout comme Pierre, il compare la possession de skins au fait de porter des vêtements de marque coûteux à l'école. Les enfants utilisent les skins pour afficher leur prestige et leur richesse virtuelle, renforçant ainsi leur statut social parmi leurs pairs. Cette comparaison souligne l'importance des skins comme symboles d'appartenance et de différenciation sociale dans les jeux vidéo.

### 3.4.3 Réflexions sur les perspectives des non-joueurs

Les perspectives de Pierre et de Mr D complètent celles des joueurs, offrant une vision plus large de la contribution des skins dans l'intégration aux communautés. Cependant, en raison de leur statut de non-joueurs, leurs contributions restent limitées à des observations et des avis plutôt qu'à des analyses approfondies.

## 3.5 Liens avec la théorie et les experts

Après analyse de nos interviews, on remarque qu'il y a énormément de similitudes avec les théories provenant de la littérature scientifique. A travers cette section, nous allons comparer les informations récoltées aux données scientifiques collectées lors du premier chapitre de ce travail.

### 3.5.1 L'identité virtuelle

Le premier concept que l'on retrouve énormément dans nos interviews est celui de l'identité virtuelle. Fanny Georges explore ce concept à travers différents de ces travaux notamment comment les skins permettent une réinterprétation et une transformation complète de leur identité virtuelle. Par exemple, Eliott n'hésite pas à utiliser des skins féminins car ils les trouvent plus compétitifs et attrayants sur son écran. Marine aussi exprime cette transformation identitaire par l'utilisation des skins.

Aussi l'on retrouve le concept d'identité virtuelle chez Blinka et Mikuková (2014) qui affirment que l'expression de l'identité renforce l'immersion et l'engagement des joueurs dans le jeu. Pour illustrer leurs propos, nous pouvons citer Mazarine qui s'approprie son personnage en disant : *« C'est vrai que c'est un petit plus (un skin) qui le met en avant (le personnage), on est fier en game de se dire, voilà c'est mon personnage, c'est le mien »*.

### 3.5.2 L'usages des skins

Selon Böffel et al. (2022), les skins remplissent trois principaux usages : l'expression de l'identité personnelle, l'identification sociale et la monétisation. Ces usages sont clairement manifestés dans nos résultats.

D'après Blinka et Mikuková (2014), l'expression de l'identité renforce aussi l'immersion et l'engagement des joueurs dans le jeu. Par exemple, Aurélien mentionne comment il choisit ces skins spécifiques afin de se sentir plus connecté à son personnage et au jeu.

Aussi, Romero-Mendez et al. (2023) soulignent l'importance de l'identification sociale, qui se manifeste dans les récits de joueurs. Par exemple, Mazarine décrit comment sa guilde dans FFXIV fonctionne comme une seconde famille, un espace où les membres se soutiennent mutuellement et partagent des moments significatifs. Les skins jouent ici un rôle de signal de l'appartenance à un groupe spécifique, renforçant les liens sociaux.

Pour finir, la monétisation est également un thème qui revient fortement parmi les interviews que nous avons effectuées.

### 3.5.3. Les espaces de négociations

Les espaces de négociations dans les jeux vidéo, décrits par Bainbridge (2010), sont des lieux où les joueurs échangent des biens virtuels et établissent des normes communautaires.

Ce concept est renforcé par les travaux de Zendle et al. (2019) et de King et Delfabbro (2019) sur les lootboxes et leur similarité avec les jeux de hasard. Les témoignages de nos participants montrent que ces espaces de négociations créent un environnement où les joueurs peuvent se sentir inclus ou exclus en fonction de leur capacité à acquérir des skins rares. Par exemple, Aurélien a acquis une grande partie de son inventaire via le gambling, ce qui a ajouté une dimension de chance et de risque à son expérience.

D'après Rheingold (2000) et Wellman (2001), ces initiatives accentuent le sentiment d'appartenance et d'identité à un groupe d'individus. Les communautés en ligne peuvent se transformer en véritables réseaux de soutien social, similaires à ceux existant dans le monde réel. En effet, Cyril nous dit que lorsqu'il échangeait des skins sur les marchés de la communauté, il ne se contentait pas d'uniquement d'échanger le bien mais il continuait à discuter et d'entretenir des liens avec l'autre joueur.

### 3.5.4 La nature hybride des communautés et le « troisième lieu »

La nature hybride des communautés décrite par Baym (2010) est également observable dans nos interviews. Baym parle de la dualité entre les interactions en ligne et hors-ligne et comment les joueurs naviguent entre ces deux mondes. Nos résultats montrent que les joueurs utilisent les skins comme moyen de renforcer les liens sociaux en ligne tout en maintenant des interactions significatives hors-ligne. Par exemple, la guilde de Mazarine dans FFXIV est un espace où les membres se connectent virtuellement, mais les liens créés se prolongent souvent dans des rencontres et des activités hors-ligne.

Cette dualité permet aux joueurs de construire des communautés solides et cohésives, naviguant habilement entre les mondes virtuel et réel.

Le concept de "third places" introduit par Taylor (2006), représentant les espaces de jeux, est également fortement présent dans nos interviews. Ces espaces sont caractérisés par des interactions régulières et des expériences partagées entre les joueurs. Les témoignages montrent que les jeux vidéo deviennent des lieux de socialisation où les joueurs se rencontrent, échangent et forment des communautés. Par exemple, Aurélien mentionne les interactions fréquentes avec d'autres joueurs sur Valorant, où les compliments et les échanges de skins créent un environnement social dynamique.

### 3.5.5 Le harcèlement et la pression sociale dans les jeux

Selon une étude de Brenner-Levoy (2023), jusqu'à 75 % des joueurs de 10 à 17 ans et jusqu'à 83 % de jeunes adultes ont été victimes de harcèlement lors de leurs interactions au sein de jeux vidéo. Parmi ces différents types de harcèlement, plusieurs peuvent se produire : le trolling, l'intimidation, des comportements discriminatoires ne sont que des exemples parmi d'autres (Kowalski et al., 2014). Par exemple, Aurélien et Eliott ont décrit des situations où des joueurs étaient moqués ou insultés pour ne pas avoir de skins. Eliott a également partagé une expérience de harcèlement où il a été menacé pour acheter un skin, montrant comment la pression sociale peut conduire à des comportements d'achat forcés.

Comme nous l'ont dit précédemment Kowalski et al. (2014), le harcèlement se produisant en ligne peut continuer aussi hors-ligne. De plus, Lam, Cheng et Liu (2013) nous disent également que les personnes étant exposées à des expériences de cyberharcèlement peuvent reproduire ce qu'ils voient lors d'interactions hors-ligne. Un exemple de ce phénomène est illustré par Mr D, qui observe que les skins deviennent de plus en plus des symboles de statut social, surtout chez les plus jeunes joueurs. Il cite l'exemple d'un enfant rejeté par les autres élèves car il ne dépensait pas de "Robux" dans l'achat de skins.

Ce phénomène est accentué par la pression sociale et l'influence de groupe, incitant davantage les joueurs à acheter de multiples skins dans l'espoir d'être bien vus et acceptés. Hernández-Blanco et al. (2022) confirment cela en nous disant que vouloir acquérir des skins est généralement motivé par le souhait de susciter de l'admiration ou de se conformer aux attentes et aux normes du groupe. Les différentes pressions sociales

observées montrent que l'achat de skins est souvent motivé par le désir de se conformer aux normes sociales et d'impressionner les autres membres de la communauté.

Selon Davidovici-Nora (2019), les joueurs ne possédant aucuns skins ou ayant des skins moins appréciés peuvent être stigmatisés ou exclus de certains groupes sociaux. Par exemple, les témoignages montrent que des joueurs étaient moqués ou exclus en raison de leurs choix de skins, illustrant comment la stigmatisation peut affecter l'intégration sociale dans les communautés de jeux.

### 3.6 Synthèse des résultats

A travers cette section, nous allons conclure ce 3<sup>ème</sup> chapitre en répondant notre question de recherche : "**Comment les skins influencent-ils l'intégration sociale des joueurs dans les communautés de joueurs ?**". Pour se faire, nous allons synthétiser les données obtenues à partir des entretiens.

Tout d'abord, nous pouvons remarquer que les résultats obtenus lors de cette recherche sont pratiquement identiques à la littérature scientifique sur les skins et l'intégration sociale. Les trois usages des skins identifiés que sont l'expression de l'identité personnelle, l'identification sociale et la monétisation sont au cœur des témoignages de nos participants. On remarque également qu'il y a énormément d'exclusion sociale au sein des communautés de joueurs où les skins vont parfois venir renforcer cette inégalité. A l'inverse, nous avons également remarqué que les espaces de négociations de skins pouvaient accroître les échanges sociaux entre les joueurs en imitant les transactions monétaires de la vie hors-ligne.

En revanche, cette recherche a également révélé un grand nombre d'aperçus qui n'avaient pas été mentionnés dans la littérature scientifique. Parmi celle-ci, nous pouvons citer plusieurs facteurs tels que l'amélioration des performances en jeu, le changement de contexte jeu, l'utilisation de skins pour provoquer une réaction chez les autres joueurs, ...

Après analyse, nous pouvons affirmer avec certitude que les skins jouent un rôle dans les interactions sociales en ligne. Cependant, ils ne sont pas les seuls moyens d'intégrations dans ces communautés de joueurs. A travers nos divers témoignages, nous avons vu que ces biens immatériels pouvaient être des sujets de conversations comme l'a notamment mentionné Aurélien. A l'inverse, certains joueurs, tels qu'Eliott et Marine, préfèrent jouer seuls ou avec des amis proches, démontrant que l'intégration

dans les communautés en ligne n'est pas universelle. Bien entendu, l'intégration sociale va également dépendre du degré d'implication des joueurs dans ces communautés, certains des joueurs interviewés y sont très investis alors que d'autres préfèrent jouer de leur côté en ne s'investissant pas dans ces communautés.

De plus, le rôle des skins varie également en fonction du type de jeu. Dans des jeux compétitifs comme Valorant, les skins peuvent signaler des compétences et un engagement sérieux, influençant les dynamiques de groupe et les stratégies de jeu. En revanche, dans des jeux comme Final Fantasy XIV, les skins sont plus orientés vers l'expression personnelle et la création de communautés cohésives. Par exemple, la guilde de Mazarine utilise des skins thématiques pour renforcer leur identité de groupe et leur cohésion. Cette variation montre que les skins peuvent jouer différents rôles selon le contexte du jeu, affectant ainsi l'intégration sociale des joueurs de manière variable.

Toutefois, isoler l'impact des skins des autres facteurs d'intégration est une tâche particulièrement ardue. Les cosmétiques ne sont que la partie visible et monétisée de l'investissement dans le monde des jeux vidéo. En effet, d'autres variables comme la participation aux événements communautaires, la communication en jeu et sur les forums, le niveau de jeu vont jouer des rôles cruciaux dans l'intégration des joueurs. Les témoignages montrent que, bien que les skins puissent faciliter l'inclusion, ils ne sont pas essentiels pour tous les joueurs. Par exemple, certains joueurs se sentent intégrés dans des communautés grâce à des interactions régulières et des expériences partagées, indépendamment de la possession de skins.

L'importance de skins est un aspect qui va être propre à chaque individu. Beaucoup de joueurs, dont Cyril et Aurélien, reconnaissent que les skins ne sont pas indispensables pour apprécier un jeu mais que malgré tout ils aiment en posséder. Pour certains, avoir un skin va leur permettre d'améliorer leur expérience de jeux tandis que pour d'autres cela va être uniquement l'aspect esthétique et collectable qui va être recherché. Paradoxalement, beaucoup de joueurs qui affirment que les cosmétiques ne sont pas nécessaires sont fortement enthousiastes lorsque qu'ils reçoivent un skin gratuitement lors de leur séance de jeux. Cela souligne l'attrait psychologique et social des skins, indépendamment de leur utilité pratique.

Pour finir, lors de cette analyse l'impact des skins sur les communautés hors-ligne n'a été que très peu mis en avant. En effet, ceci est une des premières limites majeures de ce travail. Lors des entretiens, plusieurs de ceux sous-entendaient que les actions qui se passaient en ligne pouvaient avoir lieu hors-ligne mais nous n'en avons récoltés que trop peu d'échantillons pour les généraliser à ces communautés. Le seul exemple concret est celui de Mr D. qui nous a parlé d'un jeune enfant qui n'était pas intégré socialement à l'école car il ne dépensait pas de « Robux » dans des skins au sein du jeu Roblox.

En résumé, les résultats montrent que les skins jouent un rôle multifacette dans l'intégration sociale des joueurs. Ils facilitent l'expression de l'identité personnelle et l'identification sociale, servant de points de départ pour des interactions et des relations. Cependant, ils ne sont pas le seul moyen d'intégration et leur importance varie selon les individus et les contextes de jeu. L'intégration sociale dans les communautés de jeu dépend également d'autres facteurs, tels que la communication et la participation active, ce qui rend difficile d'isoler l'impact des skins. En somme, les skins contribuent à l'inclusion sociale, mais leur rôle doit être considéré dans un cadre plus large d'interactions et de pratiques communautaires.

#### Chapitre 4 : Les recommandations et conclusions de recherches

Dans la dernière partie de ce travail, nous allons d'abord résumer brièvement les différentes découvertes de ce mémoire. Ensuite, nous verrons quelles sont les implications pratiques de ces découvertes et qu'elles étaient les limites de cette étude. Pour finir, nous envisagerons les futures recherches qui peuvent découler de ce travail et nous finirons par une conclusion retraçant le contenu de cette recherche.

##### 4.1 Le résumé des découvertes

Maintenant que nous avons terminé d'analyser les résultats, nous pouvons résumer quelles sont les principales découvertes de ce travail. En voici, les principaux résultats que nous avons identifiés sont les suivants :

###### 4.1.1 La confirmation des théories existantes et les nouveaux facteurs identifiés

Comme vu au chapitre précédent, après analyse de nos résultats, nous avons découvert qu'énormément d'informations transmises par nos interviewés correspondent à la littérature scientifique sur les skins. De plus, lors de nos interviews, nous avons pu identifier énormément de facteurs qui contribuent l'intégration sociale via le vecteur des

skins. Parmi la liste, nous pouvons en citer quelques-uns : l'amélioration des performances en jeu, le changement de contexte en jeu, l'utilisation de skins pour modifier le comportement d'autres joueurs, le biais d'avantage compétitif, ...

#### 4.1.2 Le rôle des skins dans les interactions sociales en ligne :

Les skins facilitent les interactions sociales, créant des opportunités de compliments, de discussions et de renforcements de liens communautaires, bien que tous les joueurs n'accordent pas la même importance à leur possession. Aurélien mentionne les interactions fréquentes avec d'autres joueurs sur Valorant, où les compliments et les échanges de skins créent un environnement social dynamique. Les skins agissent comme des initiateurs de conversation et des marqueurs de statut, contribuant ainsi à l'engagement social.

#### 4.1.3 La variation selon le type de jeu :

L'impact des skins varie selon le type de jeu, influençant les dynamiques de groupe dans des jeux compétitifs comme Valorant, et renforçant l'identité communautaire dans des jeux comme Final Fantasy XIV. Par exemple, la guilde de Mazarine utilise des skins thématiques pour renforcer leur identité de groupe et leur cohésion. Dans les jeux compétitifs, les skins peuvent également servir à intimider ou impressionner les adversaires, ajoutant une dimension stratégique aux choix de personnalisation.

#### 4.1.4 La difficulté d'isoler le rôle des skins :

L'impact spécifique des skins sur l'intégration sociale est très difficile à isoler. En effet, il y a énormément d'autres facteurs qui vont directement influencer l'intégration sociale aux communautés tel que les différentes interactions et la participation active aux seins des jeux. Par exemple, selon Renato, les skins ne sont pas du tout déterminants dans l'intégration sociale et il va plutôt s'intéresser aux compétences ou aux attitudes des joueurs pour savoir s'il veut échanger avec eux.

#### 4.1.5 L'importance des skins et des communautés :

Il est très difficile de généraliser l'apport des skins dans l'intégration des communautés en ligne et hors ligne. Tous les joueurs vont avoir un rapport différent aux skins. Pour certains joueurs ne pas avoir de skins ne va pratiquement pas impacter leur jeu et pour d'autres les skins font parties intégrantes de leur gameplay. Aussi, certains vont uniquement les voir comme un moyen d'améliorer leur expérience de jeux alors que d'autres vont uniquement apprécier la collecte de skins en appréciant leur valeur

esthétique et/ou leur rareté tout comme le fait Zuzanna. De plus, l'intégration aux communautés n'est pas quelque chose que chaque joueur souhaite. En effet, nous avons vu que certains joueurs jouaient uniquement aux jeux vidéo dans le but de se détendre et voulait uniquement jouer seul ou avec leurs amis. Il est donc difficile de généraliser l'importance des skins et des communautés étant donné la grande variété de joueurs.

#### 4.1.6 Le paradoxe de l'utilité des skins :

Bien que de nombreux joueurs affirment que les skins ne sont pas nécessaires, plusieurs ont exprimés qu'ils aiment en posséder bien qu'ils ne savaient pas réellement pourquoi. Il y a donc une véritable dualité entre comment les joueurs perçoivent l'utilité des skins et leur réelle valeur esthétique et/ou symbolique. Nous pouvons citer en exemple Victor qui nous dit qu'il ne trouve pas les skins nécessaires pour jouer mais qu'il ressent énormément de satisfaction à en posséder. De plus, il nous dit qu'il ressent ce besoin d'en acheter des nouveaux assez fréquemment.

#### 4.1.7 L'impact sur les communautés hors-ligne :

Le dernier résultat concerne l'impact des skins sur les communautés hors-ligne. A travers ces travaux, il a été difficile d'avoir des résultats concrets et il est nécessaire que des recherches futures concernant l'impact des skins sur les communautés hors-ligne soient menés. Certains joueurs ont mentionné que des discussions sur les skins pouvaient avoir lieu au sein de communauté hors-ligne mais nous n'avons appris que très peu d'informations. De plus, le responsable coordination et harcèlement a bien mentionné qu'il a déjà eu un cas d'un jeune joueur qui était rejeté à cause de la non-utilisation de skins mais c'est un cas isolé et il est impossible d'en faire une généralité.

## 4.2 Les limitations de l'étude

Après analyse des résultats, je me suis rendu compte que plusieurs limites méthodologiques et empiriques sont apparues en plus de celles déjà identifiés au chapitre 2. A travers cette section, nous discuterons de ces dernières et de leur potentielles influences sur les résultats de l'étude.

### 4.2.1 La difficulté à isoler le rôle des skins des autres facteurs d'intégration

L'une des principales limitations de cette étude est d'isoler l'impact des skins des autres facteurs d'intégration. Comme dit précédemment, les cosmétiques ne sont que la partie visible et monétisée de l'investissement dans le monde des jeux vidéo. En effet, d'autres variables comme la participation aux événements communautaires, la communication

en jeu et sur les forums, le niveau de jeu vont jouer des rôles cruciaux dans l'intégration des joueurs. Les témoignages montrent que, bien que les skins puissent faciliter l'inclusion, ils ne sont pas essentiels pour tous les joueurs. Par exemple, certains joueurs se sentent intégrés dans des communautés grâce à des interactions régulières et des expériences partagées, indépendamment de la possession de skins.

#### 4.2.2 La divergence entre perception et réalité

Lors des entretiens, de nombreux participants ont exprimé que les skins ne sont pas essentiels, tout en reconnaissant leur plaisir et leur satisfaction à en posséder. Cette divergence entre la perception déclarée et les comportements observés pose des questions sur la manière dont les joueurs rationalisent leurs dépenses et leurs pratiques de jeu. Il a donc parfois été difficile pour nous d'opposer les actions aux paroles de nos interviewés. Cette contradiction peut indiquer une sous-estimation des impacts réels des skins sur leur comportement et leur intégration sociale.

#### 4.2.3 Les limites des méthodes d'observation

Observer directement le rôle des skins dans les interactions en jeu s'est avéré complexe. Les tentatives d'observations directes, où je jouais avec et sans skins, ont montré que ces interventions pouvaient artificiellement influencer le niveau de jeu et les interactions. J'ai donc constaté qu'il n'était pas possible de jouer de manière naturelle tout en essayant d'observer et d'analyser les comportements des autres joueurs en temps réel. De plus, l'absence de moyens et de temps pour analyser de manière approfondie les parties des autres joueurs a limité la possibilité de capturer des interactions authentiques. J'ai donc du uniquement me contenter d'interviews et je n'ai pas pu observer divers joueurs en jeux.

#### 4.2.4 L'absence de méthodes quantitatives

Dans cette étude, nous nous sommes uniquement appuyés sur des méthodes qualitatives. Cette décision a été prise à la suite d'une discussion avec mon promoteur ainsi que due à mon niveau de compétences et de ressources jugés comme insuffisantes. Un sondage avait été posté en ligne mais finalement, il avait été jugé comme trop descriptif et ne fournissait pas assez d'informations utiles.

#### 4.2.5 L'échantillonnage limité

Une autre limite à cette étude est l'échantillonnage limité. En effet, je n'ai jugé bon que d'interviewer douze personnes dans le cadre de ce travail. Certes ce nombre ne permet

pas de tirer des conclusions générales mais cette limitation est en grande partie due aux contraintes de temps et de contenu ainsi qu'à l'exigence de retranscrire et d'analyser l'ensemble des interviews. De plus, après douze interviews une grande partie des données étaient similaires et une saturation des données est alors apparue. J'ai donc pris la décision de me limiter à douze interviews afin de privilégier la qualité à la quantité de réponses obtenues.

#### 4.2.6 La variabilité entre les types de jeux

Nous avons remarqué après analyse des différentes interviews qu'il y avait énormément de différences significatives quant à l'utilisation des skins au sein des différents types de jeux. Chaque jeu possédant ces propres mécaniques, cultures, communautés, il est très difficile de généraliser les résultats obtenus à tous les jeux vidéo existants.

#### 4.2.7 La diversité des niveaux d'implication communautaire

Les participants de cette étude ont tous des niveaux d'implications variées au sein des communautés de jeux vidéo. En effet, certains sont profondément engagés dans les communautés de joueurs alors que certains préfèrent jouer totalement seuls ou uniquement avec leurs amis. Étant donné cette diversité, les skins vont avoir un impact totalement différent en fonction de l'intérêt ou non des joueurs pour les skins.

### 4.3 Les pistes pour des recherches futures

Les résultats de cette étude ont mis en lumière plusieurs aspects de l'utilisation des skins et leur impact sur l'intégration sociale des joueurs dans les communautés de jeux vidéo. Cependant, de nombreuses questions restent en suspens, ouvrant la voie à des recherches futures pour approfondir notre compréhension de ce phénomène. Voici quelques pistes de recherche qui pourraient être explorées pour élargir et enrichir les connaissances dans ce domaine.

#### 4.3.1 Approfondir l'étude par type de jeu

Une piste prometteuse pour des recherches futures serait de diviser l'étude en fonction des différents types de jeux, tels que les Battle Royale, les MMO, les FPS, et autres genres de jeux vidéo. Chaque type de jeu possède des dynamiques sociales et des mécanismes d'intégration distincts, ce qui pourrait révéler des variations importantes dans la manière dont les skins influencent les interactions sociales. Une analyse plus fine par genre de jeu permettrait de mieux comprendre les spécificités de chaque

communauté et d'identifier des tendances uniques à chaque contexte ludique. Par exemple, dans les Battle Royale comme Fortnite, les skins peuvent jouer un rôle plus compétitif et symbolique, tandis que dans les MMO comme Final Fantasy XIV, ils pourraient avoir une dimension plus esthétique et communautaire.

#### 4.3.2 Des études sur les interactions en ligne et hors-ligne séparées

Il serait également pertinent de mener des recherches distinctes sur les effets des skins dans les interactions en ligne et hors-ligne. Bien que cette étude ait abordé ces deux dimensions, une approche séparée permettrait de mieux isoler les impacts spécifiques des skins dans chaque contexte. Par exemple, les interactions en ligne pourraient être étudiées par le biais d'observations et d'analyses de données comportementales, tandis que les interactions hors-ligne pourraient être explorées via des enquêtes et des entretiens approfondis avec des joueurs participant à des événements physiques ou des communautés locales. Une telle distinction pourrait révéler comment les skins influencent les dynamiques sociales différemment selon le contexte.

#### 4.3.3 Les addictions et les effets néfastes des skins

Il serait également crucial d'examiner les addictions et les effets néfastes potentiels liés à l'utilisation des skins. Cette piste de recherche pourrait inclure des études sur les comportements compulsifs d'achat de skins, les impacts psychologiques de la pression sociale pour posséder des skins, et les conséquences financières pour les joueurs. En collaboration avec des experts en psychologie et en économie comportementale, des recherches pourraient explorer les facteurs de risque et les stratégies de prévention pour minimiser les effets négatifs de cette pratique. Par exemple, des enquêtes sur les habitudes de dépense et des études de cas sur des joueurs ayant développé des comportements compulsifs pourraient offrir des perspectives précieuses.

#### 4.3.4 L'étude du marché des skins et leurs effets économiques sur le marché du jeu vidéo

Le marché des skins représente une dimension économique significative qui mérite une attention particulière. Des recherches futures pourraient se concentrer sur l'analyse du marché des skins, y compris les aspects légaux et illégaux du commerce des skins, le gambling, et l'économie de la communauté des skins. Cette étude pourrait inclure des analyses de marché, des enquêtes auprès des joueurs et des acteurs de l'industrie, ainsi que des études de cas sur des plateformes de trading et des incidents de fraude ou de

spéculation. Une analyse approfondie des flux économiques et des régulations pourrait aider à comprendre l'impact économique global des skins.

#### 4.3.5 L'impact des skins dans le métavers et les jeux VR

Une autre piste de recherche intéressante serait d'étudier l'impact des skins et des apparences alternatives dans les environnements de réalité virtuelle (VR) et le métavers. Des plateformes comme VRChat permettent aux utilisateurs de personnaliser leur apparence virtuelle de manière très flexible, ce qui peut influencer les interactions sociales et la formation de communautés. Des recherches pourraient explorer comment les avatars personnalisés dans ces environnements affectent les dynamiques sociales, les perceptions de soi et des autres, et la manière dont les utilisateurs naviguent dans ces mondes virtuels.

#### 4.3.6 Les études longitudinales sur l'impact des skins

Enfin, des études longitudinales pourraient être menées pour observer les effets des skins sur une période prolongée. Ces recherches permettraient d'analyser comment les perceptions et les comportements des joueurs évoluent avec le temps, en tenant compte des nouvelles tendances, des mises à jour de jeux, et des changements dans les dynamiques de la communauté. Des études longitudinales offriraient une perspective plus complète et nuancée sur l'impact à long terme des skins sur l'intégration sociale des joueurs. Par exemple, suivre des groupes de joueurs sur plusieurs années pourrait révéler des tendances et des changements dans leurs attitudes et pratiques liées aux skins.

### 4.4 Conclusion

L'étude sur l'impact des skins sur l'intégration sociale des joueurs dans les communautés de joueurs, en ligne et hors-ligne, révèle des dynamiques sociales complexes et nuancées. Les skins, ces éléments de personnalisation visuelle permettant aux joueurs de modifier l'apparence de leurs avatars ou de leurs équipements, jouent un rôle crucial dans les interactions sociales au sein des communautés de jeux vidéo. En synthétisant les données issues de nos entretiens et en les confrontant aux théories existantes, nous pouvons dégager plusieurs conclusions significatives sur leur influence.

Les résultats de cette étude confirment largement les facteurs identifiés par les experts dans la littérature existante. Les motivations principales pour l'achat et l'utilisation des skins incluent l'expression de l'identité personnelle, la démonstration de statut social et

l'adhésion à des normes esthétiques et communautaires. Ces motivations sont illustrées par les témoignages de joueurs qui utilisent les skins pour se représenter eux-mêmes dans le jeu, renforçant ainsi leur connexion avec leurs avatars virtuels. D'autres utilisent les skins pour afficher leur personnalité et leur style unique, contribuant à leur reconnaissance et à leur acceptation au sein de la communauté de joueurs.

L'étude a également mis en lumière de nouvelles dimensions de l'utilisation des skins. Par exemple, certains joueurs achètent des skins pour améliorer leur performance perçue dans le jeu, s'inspirant souvent des joueurs professionnels. D'autres utilisent les skins pour adapter le contexte de jeu, choisissant des skins spécifiques pour des sessions de jeu détendues ou compétitives. Enfin, certains joueurs utilisent les skins pour provoquer des réactions chez les autres joueurs, illustrant ainsi comment les skins peuvent être utilisés de manière stratégique pour influencer les interactions sociales. Ces nouvelles motivations montrent l'étendue et la complexité des raisons pour lesquelles les joueurs investissent dans les skins.

Les skins ont un impact significatif sur l'intégration des joueurs dans les communautés en ligne. Ils servent de vecteurs d'identité et de statut, facilitant ainsi l'inclusion des joueurs dans des groupes spécifiques. Par exemple, les membres de guildes utilisent des skins thématiques pour afficher leur appartenance à un groupe spécifique. Cependant, les skins ne sont pas le seul moyen d'intégration. De nombreux joueurs trouvent leur place dans les communautés en ligne sans dépendre exclusivement des skins, préférant parfois interagir de manière plus discrète ou au sein de cercles d'amis restreints. Cette diversité d'expériences souligne que l'intégration communautaire peut varier considérablement selon les préférences individuelles et les contextes de jeu.

L'impact des skins varie également en fonction des styles de jeu. Dans des jeux où la compétition et l'apparence jouent un rôle clé, les skins peuvent être plus déterminants pour l'intégration communautaire que dans des jeux où l'accent est mis sur la collaboration et l'exploration narrative. Par exemple, dans des jeux compétitifs, les joueurs sont souvent jugés sur leurs compétences et leurs apparences, ce qui renforce l'importance des skins pour le statut social et la reconnaissance. En revanche, dans des jeux orientés vers la collaboration et l'exploration, les skins servent principalement à renforcer les liens communautaires et à exprimer l'identité personnelle sans pression compétitive.

Cependant, il est difficile d'isoler le rôle exclusif des skins dans l'intégration sociale. D'autres facteurs, tels que les compétences de jeu, la personnalité des joueurs et les interactions précédentes, jouent également un rôle crucial. Bien que de nombreux joueurs expriment leur satisfaction à l'idée de posséder des skins, ils reconnaissent également que d'autres aspects, comme la communication in-game et la participation à des événements communautaires, sont tout aussi importants pour l'intégration sociale. Cette complexité souligne la nécessité d'adopter une approche holistique pour comprendre les dynamiques sociales dans les jeux vidéo.

Il est intéressant de noter que bien que beaucoup de joueurs affirment que les skins ne sont pas essentiels, ils expriment une satisfaction considérable à l'idée d'en posséder. Cette dualité révèle que les skins, bien qu'ils ne soient pas perçus comme nécessaires, apportent une valeur ajoutée significative à l'expérience de jeu. Les joueurs apprécient l'amélioration esthétique et la personnalisation qu'offrent les skins, ce qui enrichit leur engagement et leur plaisir de jeu. Cette contradiction apparente montre que, même si les skins ne sont pas indispensables, leur possession améliore l'expérience de jeu et renforce les liens sociaux.

L'impact des skins sur les interactions sociales hors-ligne reste moins exploré en raison des défis méthodologiques et du temps limité de l'étude. Cependant, les témoignages recueillis suggèrent que les skins peuvent également influencer les interactions sociales en dehors du jeu. Les discussions sur les skins et les échanges d'expériences de jeu peuvent renforcer les liens sociaux avec des amis hors-ligne. Cette dimension mériterait d'être approfondie dans de futures recherches pour mieux comprendre les implications des skins dans les interactions sociales au-delà du cadre virtuel.

Cette étude présente plusieurs limites. La difficulté d'observer directement le rôle des skins dans les interactions en jeu a conduit à une dépendance sur des méthodes basées sur des entretiens et des auto-déclarations. De plus, la diversité des jeux et des communautés étudiés a rendu l'analyse plus complexe. Enfin, le nombre limité de participants et le manque de méthodes quantitatives sont des contraintes qui ont pu affecter la généralisation des résultats.

En conclusion, les skins ont un impact significatif sur l'intégration sociale des joueurs dans les communautés de jeux vidéo, en ligne comme hors-ligne. Ils servent de vecteurs d'identité, de statut et de reconnaissance, facilitant les interactions sociales et l'inclusion

communautaire. Cependant, l'intégration sociale est un phénomène complexe qui dépend de nombreux facteurs interconnectés. Les skins, bien qu'importants, ne sont qu'un des nombreux éléments qui contribuent à la dynamique sociale des communautés de joueurs. Les futures recherches devront continuer à explorer ces dimensions pour mieux comprendre et soutenir l'intégration sociale dans les environnements virtuels et réels.

## Bibliographie

- Activision. (2020). *Call of Duty: Warzone* [Video game]. Activision.
  - Anderson, B. (1983). *Imagined Communities: Reflections on the Origin and Spread of Nationalism*. Verso.
  - Bainbridge, W. S. (2010). *The Warcraft Civilization: Social Science in a Virtual World*. MIT Press.
  - Bartle, R. A. (2004). *Designing Virtual Worlds*. New Riders.
  - Baym, N. K. (2010). *Personal connections in the digital age*. Polity.
  - Blinka, L., & Mikuková, M. (2014). The role of social motivation and sociability of gamers in online game addiction. *Cyberpsychology: Journal of Psychosocial Research on Cyberspace*, 8(2). <https://cyberpsychology.eu/article/view/4309>
  - Blizzard Entertainment. (2004). *World of Warcraft* [Video game]. Blizzard Entertainment.
  - Böffel, C., Würger, S., Müsseler, J., & Schlittmeier, S. J. (2022). Character Customization With Cosmetic Microtransactions in Games: Subjective Experience and Objective Performance. *Frontiers in Psychology*, 12. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2021.770139>
- Braverman, J. (2012). The effect of competitive and cooperative video games on aggressive behavior and prosocial behavior. *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking*, 15(5), 277-281. <https://doi.org/10.1089/cyber.2011.0308>
- Brenner-Levoy, J. (2023). Virtually Masculine: Queer Men's Experiences With Harassment in Online Video Games. *Sociology of Sport Journal*, 40(4), 385-409. Retrieved from [Human Kinetics Journals](https://www.human-kinetics.com/journals)
  - Bryman, A. (2012). *Social Research Methods* (4th ed.). Oxford University Press.
  - Castronova, E. (2007). *Synthetic worlds: The business and culture of online games*. University of Chicago Press.
  - Cole, H., & Griffiths, M. D. (2007). Social interactions in massively multiplayer online role-playing gamers. *CyberPsychology & Behavior*, 10(4), 575-583.

- Colzato, L. S., van den Wildenberg, W. P. M., Zmigrod, S., & Hommel, B. (2015). Action video gaming and cognitive control: Playing first person shooter games is associated with improved action cascading but not inhibition. *PLOS ONE*, *10*(12), e0144364. <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0144364>
- Costes, J.-M., & Bonnaire, C. (2022). Spending Money in Free-to-Play Games: Sociodemographic Characteristics, Motives, Impulsivity and Internet Gaming Disorder Specificities. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, *19*(23), 15709. <https://doi.org/10.3390/ijerph192315709>
- Creswell, J. W. (2014). *Research design: Qualitative, quantitative, and mixed methods approaches* (4th ed.). Thousand Oaks, CA: Sage Publications.
- Davidovici-Nora, M. (2019). Paid and unpaid virtual goods: The effect of ownership status and community norms on the perceived value of virtual possessions. *Journal of Business Research*, *100*, 53-62.
- Denzin, N. K., & Lincoln, Y. S. (2011). *The SAGE Handbook of Qualitative Research* (4th ed.). SAGE Publications.
- Drummond, A., & Sauer, J. D. (2018). Video game loot boxes are psychologically akin to gambling. *Nature Human Behaviour*, *2*(8), 530-532.
- Ducheneaut, N., Moore, R. J., & Nickell, E. (2007). Virtual "Third Places": A Case Study of Sociability in Massively Multiplayer Games. *Computer Supported Cooperative Work (CSCW)*, *16*(1-2), 129-166. <https://doi.org/10.1007/s10606-007-9041-8>
- EDHEC Business School. (2020). The evolution of business models in the video-game industry. Retrieved from <https://www.edhec.edu/en/news/evolution-business-models-video-game-industry>.
- Epic Games. (2017). *Fortnite* [Video game]. Epic Games.
- ESA (2021). 2021 Essential Facts About the Video Game Industry. *Entertainment Software Association*.
- Esports.net. (2024). *Why Are Battle Royale Games So Popular? - Comprehensive Breakdown*. Retrieved from Esports.net.

- Fan, W. (2019). Motivational factors on purchase intention of in-game hero skins in MOBA games.
- Faul, F., Erdfelder, E., Buchner, A., & Lang, A.-G. (2021). Online gaming as a double-edged sword: An analysis of game community receptiveness, in-game vitality, and player well-being. *Education and Information Technologies*. Retrieved from [ResearchGate](#)
- Fox, J., & Tang, W. Y. (2017). Women's experiences with general and sexual harassment in online video games: Rumination, organizational responsiveness, withdrawal, and coping strategies. *New Media & Society*, 19(8), 1290-1307. <https://doi.org/10.1177/1461444816630323>
- Genvo, S., & Philippette, T. (Eds.). (2023). *Introduction aux théories des jeux vidéos*. Presses Universitaires de Liège.
- Georges, F. (2009). *Les avatars jouables des mondes numériques : Théories des identités en ligne*. Paris: Questions Théoriques.
- Georges, F. (2011). *Personnages virtuels et réseaux sociaux : Comment les avatars contribuent à la construction des identités numériques*. Paris: L'Harmattan.
- Goffman, E. (1983). The interaction order. *American Sociological Review*, 48(1), 1-17. <https://doi.org/10.2307/2095141>
- Greenwood, M. (2020). *In-game Gambling: The Next Cash Cow for Publishers*. Juniper Research. Retrieved from <https://www.juniperresearch.com/resources/whitepapers/in-game-gambling-the-next-cash-cow>
- Hamari, J. (2017). Why do players buy in-game content? An empirical study on concrete purchase motivations. *Computers in Human Behavior*, 68, 538-546.
- Hamari, J., & Järvinen, A. (2011). Building customer relationship through game mechanics in social games. In M. Cruz-Cunha, V. Carvalho & P. Tavares (Eds.), *Business, Technological, and Social Dimensions of Computer Games: Multidisciplinary Developments*. IGI Global.
- Hamari, J., & Keronen, L. (2017). Why do people buy virtual goods? A meta-analysis. *Computers in Human Behavior*, 71, 59-69.

- Hamari, J., & Lehdonvirta, V. (2010). Game design as marketing: How game mechanics create demand for virtual goods. *International Journal of Business Science and Applied Management*, 5(1), 14-29.
- Hernández-Blanco, A., Nordin, A. I., & Zurita, G. (2022). Understanding the motivations to purchase in-game content: A PLS-SEM approach. *PLOS ONE*, 17(1), e0262998. <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0262998>
- Hsee, C. K., Zhang, J., Yu, F., & Xi, Y. (2003). Medium maximization. *Journal of Consumer Research*, 30(1).
- Jenny, S. E., Manning, R. D., Keiper, M. C., & Olrich, T. W. (2016). Virtual(ly) Athletes: Where eSports Fit Within the Definition of “Sport”. *Quest*, 69(1), 1-18.
- Juul, J. (2005). *Half-Real: Video Games between Real Rules and Fictional Worlds*. MIT Press.
- King, D. L., & Delfabbro, P. H. (2019). Predatory monetization schemes in video games (e.g., 'loot boxes') and internet gaming disorder. *Addiction*, 114(10), 1766-1779.
- King, D., & Delfabbro, P. (2019). Predatory monetization schemes in video games (e.g., 'loot boxes') and internet gaming disorder. *Addiction*, 114(10), 1967-1970.
- Kowalski, R. M., Giumetti, G. W., Schroeder, A. N., & Lattanner, M. R. (2014). Bullying in the digital age: A critical review and meta-analysis of cyberbullying research among youth. *Psychological Bulletin*, 140(4), 1073-1137. <https://doi.org/10.1037/a0035618>
- Kuznekoff, J. H., & Rose, L. M. (2013). Communication in multiplayer gaming: Examining player responses to gendered voices. *New Media & Society*, 15(4), 541-556. <https://doi.org/10.1177/1461444812458271>
- Lehdonvirta, V. (2009). Virtual Item Sales as a Revenue Model: Identifying Attributes That Drive Purchase Decisions. *Electronic Commerce Research*, 9, 97-113.
- Lam, L. T., Cheng, Z., & Liu, X. (2013). Violent online games exposure and cyberbullying/victimization among adolescents. *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking*, 16, 159-165. <https://doi.org/10.1089/cyber.2012.0087>

- Li, D. D., Liao, A. K., & Khoo, A. (2011). Player–Avatar Identification in Video Gaming: Concept and Measurement. *Computers in Human Behavior*, 27(1), 344-352.
- Li, F., Niu, Z., & Lee, M. K. O. (2018). Exploring the motivational appeal of user-avatar identification in digital games. *Computers in Human Behavior*, 89, 310-321..
- McMillan, D. W., & Chavis, D. M. (1986). Sense of community: A definition and theory. *Journal of Community Psychology*, 14(1), 6-23. [https://doi.org/10.1002/1520-6629\(198601\)14:1<6::AID-JCOP2290140103>3.0.CO;2-I](https://doi.org/10.1002/1520-6629(198601)14:1<6::AID-JCOP2290140103>3.0.CO;2-I)
- Mojang Studios. (2011). *Minecraft* [Video game]. Mojang Studios.
- Nadeo. (2003). *Trackmania* [Jeu vidéo]. Ubisoft.
- Newzoo. (2019). *Battle Royale Sentiment Study: Understanding the Phenomena and What Draws Players to Particular Franchises*. Retrieved from Newzoo.
- Newzoo. (2020). Console MAU Data: Adding Games to Subscription Services Leads to Longer-Tail Engagement. Retrieved from [Newzoo](#).
- Newzoo (2020). Global Games Market Report. Newzoo.
- Nielsen (2020). The Nielsen SuperData 2019 Year in Review.
- Niemeyer, N. (2024, January 25). Counter-Strike has raked in more than \$1 billion from gambling loot boxes and is a central hub of esports. Business Insider. <https://www.businessinsider.com/counter-strike-1-billion-loot-boxes-gambling-esports-video-games-2024-1>
- OpenAI. (2024). ChatGPT (GPT-4) [Large language model]. OpenAI. <https://www.openai.com/>
- Organisation Mondiale de la Santé. (2021). Les jeux vidéo peuvent-ils nous rendre plus sains ? OMS. Récupéré de <https://www.who.int/news/item/08-12-2021-can-video-games-make-us-healthier>
- Patton, M. Q. (2015). *Qualitative Research & Evaluation Methods: Integrating Theory and Practice* (4th ed.). Thousand Oaks, CA: SAGE Publications.
- Postmes, T., Spears, R., & Lea, M. (2000). The formation of group norms in computer-mediated communication. *Human Communication Research*, 26(3), 341-371.

- Preece, J., & Maloney-Krichmar, D. (2005). Online Communities: Design, Theory, and Practice. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 10(4).
- Psyonix. (2015). *Rocket League* [Video game]. Psyonix.
- Reich, C. L., & Steinnes, K. K. (2023). *Barns forbruk i videospill og hvordan det påvirker sosiale relasjoner. Delrapport 2 fra prosjektet «Pay to play» (Children's Consumption in Video Games and How It Affects Social Relationships. Sub-report 2 from the project 'Pay to Play')*. SIFO-rapport nr. 13-2023.
- Respawn Entertainment. (2019). *Apex Legends* [Video game]. Electronic Arts.
- Rheingold, H. (2000). *The Virtual Community: Homesteading on the Electronic Frontier*. MIT Press.
- Roblox Corporation. (2006). Roblox [Jeu vidéo]. Roblox Corporation.
- Romero-Mendez, E. A., Santana-Mancilla, P. C., Garcia-Ruiz, M., Montesinos-López, O. A., & Anido-Rifón, L. E. (2023). The Use of Deep Learning to Improve Player Engagement in a Video Game through a Dynamic Difficulty Adjustment Based on Skills Classification. *Applied Sciences*, 13(14), 8249. <https://doi.org/10.3390/app13148249>
- Riot Games. (2009). *League of Legends* [Video game]. Riot Games.
- Riot Games. (2020). *Valorant* [Video game]. Riot Games.
- Rubin, H. J., & Rubin, I. S. (2012). *Qualitative Interviewing: The Art of Hearing Data* (3rd ed.). Thousand Oaks, CA: SAGE Publications.
- Salter, A., & Blodgett, B. (2017). Toxic Geek Masculinity in Media: Sexism, Trolling, and Identity Policing. *Palgrave Macmillan*.
- Sarason, S. B. (1974). *The psychological sense of community: Prospects for a community psychology*. Jossey-Bass.
- Schreier, J. (2017). *Blood, sweat, and pixels: The triumphant, turbulent stories behind how video games are made*. HarperCollins Publishers.
- Servais, O. (2023). *La sociabilité en ligne : communautés et guildes*. In S. Genvo & T. Philippette (Eds.), Introduction aux théories des jeux vidéos (pp. 215-223). Presses Universitaires de Liège.

- Square Enix. (2013). *Final Fantasy XIV* [Video game]. Square Enix.
- Statista Research Department. (2020). Revenues from downloadable content (DLC) in the video game industry worldwide from 2011 to 2025 (in billion U.S. dollars). Statista. <https://www.statista.com/statistics/278181/revenues-from-dlc-in-the-video-game-industry-worldwide/>
- Steinkuehler, C. A., & Williams, D. (2006). Where everybody knows your (screen) name: Online games as “third places”. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 11(4), 885-909. <https://doi.org/10.1111/j.1083-6101.2006.00300.x>
- SuperData Research (2018). Year in Review: Digital Games and Interactive Media.
- Taylor, T. L. (2006). *Play between worlds: Exploring online game culture*. MIT Press.
- Taylor, T. L., & Witkowski, E. (2018). *This is not a game: Ethnographic fieldwork, digital media, and playful identities*. Duke University Press.
- Valve Corporation. (2003). *Steam* [Digital distribution platform]. Valve Corporation.
- Valve Corporation. (2012). *Counter-Strike: Global Offensive* [Video game]. Valve Corporation.
- van Rooij, A. J., Ferguson, C. J., Colder Carras, M., Kardefelt-Winther, D., Shi, J., Aarseth, E., ... & Przybylski, A. K. (2018). A weak scientific basis for gaming disorder: Let us err on the side of caution. *Journal of Behavioral Addictions*, 7(1), 1-9. Lien
- Wellman, B. (2001). Physical place and cyberplace: The rise of personalized networking. *International Journal of Urban and Regional Research*, 25(2), 227-252.
- Wolf, M. J. P. (2008). *The Video Game Explosion: A History from PONG to PlayStation and Beyond*. Greenwood Press.
- Zendle, D., & Cairns, P. (2018). Video game loot boxes are linked to problem gambling: Results of a large-scale survey. *PLOS ONE*, 13(11), e0206767.
- Zendle, D., Meyer, R., & Over, H. (2019). Adolescents and loot boxes: links with problem gambling and motivations for purchase. *Royal Society Open Science*, 6(6), 190049.