« Qui veut jouer au Monopoly ? » Cultures et pratiques du jeu de société en France

“Who wants to play Monopoly?” The cultures and practices of boardgames in France

Vincent Berry et Samuel Coavoux

Édition électronique

URL : <http://journals.openedition.org/sdj/2819>

DOI : 10.4000/sdj.2819

ISSN : 2269-2657

Éditeur

Laboratoire EXPERICE - Centre de Recherche Interuniversitaire Expérience Ressources Culturelles Education

Référence électronique

Vincent Berry et Samuel Coavoux, « « Qui veut jouer au Monopoly ? » Cultures et pratiques du jeu de société en France », *Sciences du jeu* [En ligne], 14 | 2021, mis en ligne le 08 mars 2021, consulté le 06 avril 2021. URL : <http://journals.openedition.org/sdj/2819> ; DOI : <https://doi.org/10.4000/sdj.2819>

Ce document a été généré automatiquement le 6 avril 2021.

La revue *Sciences du jeu* est mise à disposition selon les termes de la Licence Creative Commons Attribution - Pas d'Utilisation Commerciale - Pas de Modification 4.0 International.

« Qui veut jouer au Monopoly ? » Cultures et pratiques du jeu de société en France

“Who wants to play Monopoly?” The cultures and practices of boardgames in France

Vincent Berry et Samuel Coavoux

- 1 Le jeu de société constitue un secteur économique particulièrement dynamique. En hausse continue depuis une quinzaine d'années (autour de 400 millions d'euros de chiffres d'affaires pour le secteur français en 2018¹), son développement se traduit notamment par une offre de plus en plus abondante. En 1996, on comptait près de 200 nouveaux jeux sur le marché, plus de 300 en 2006, pour près de 500 en 2014. Plus de 900 nouveaux jeux ont été édités en 2017 (Berry, 2017). Pour autant, notre connaissance des publics du jeu de société est très limitée. En dehors de quelques enquêtes connexes au domaine du jeu (enquêtes sur le temps libre, les loisirs, les pratiques culturelles ou sur le jeu vidéo), qui mesure parfois, mais très rapidement, son étendue, on ne dispose d'aucune étude scientifique dédiée à cette pratique. Il est donc difficile de connaître l'étendue du phénomène : le développement du secteur correspond-il à un renouveau de la demande pour ce bien culturel et à une massification de sa pratique, ou témoigne-t-il seulement d'une intensification des consommations d'une frange relativement restreinte de passionnés ?
- 2 Cet article a pour objectif de tracer les contours sociologiques des publics du jeu de société en France. Il s'appuie pour cela sur une recherche inédite « Cultures et pratiques ludiques en France : le cas des jeux de société² ». En utilisant le panel ELIPSS³, un panel permanent de répondants à des enquêtes de recherche publique, échantillonné aléatoirement dans la population française de plus de 18 ans, nous avons diffusé en 2017 un questionnaire sur la connaissance et l'expérience des jeux de société, et nous avons reçu 2 582 réponses valides. En cartographiant comme le propose cet article les pratiques des jeux de société, nous considérons celui-ci comme une pratique culturelle à part entière, redevable des mêmes formes d'analyse que les arts et les

médias. Les modèles de stratification sociale des consommations culturelles (Bourdieu, 1979 ; R. A. Peterson & Simkus, 1992) s'appliquent-ils au domaine du jeu de société ? Existe-t-il une pratique légitime, élitiste, du jeu de société ? Notre enquête montre que les logiques de cumulativité (Donnat, 2009) des pratiques de jeu et de diversité des goûts des classes supérieures (R. A. Peterson & Simkus, 1992) sont bien présentes et confirmées par l'analyse des données. Comme dans le cas des jeux vidéo (Bruno, 1993), une pratique « distinguée » de jeux modernes, concentrée dans les milieux moyens et supérieurs, s'est constituée avec le développement du secteur au cours des quarante dernières années. Cependant, les jeux de société sont aussi une pratique familiale : le partage intra- ou inter-générationnel y est central, de sorte que le premier axe de différenciation des pratiques adultes est bien celui de la parentalité.

La culture ludique contemporaine et sa mesure

- 3 Pourquoi s'interroger sur les publics des jeux de société ? Si la catégorie de jeu de société peut être perçue comme triviale, l'examen des usages vernaculaires du terme et de l'offre de jeux de société révèle une complexité sous-jacente. Le terme regroupe en effet des produits de natures très différentes. Une première grande distinction sépare les jeux traditionnels des jeux « d'éditeurs » (2021 [1979], ce numéro), que l'on peut également qualifier de jeux sous copyright (Fine, 2015). On trouve dans les jeux traditionnels un ensemble de pratiques, souvent anciennes, nécessitant un matériel désormais standardisé, comme les cartes à jouer ou les plateaux de damiers, pour lesquels des règles multiples, et de nombreuses variantes locales, faisant parfois l'objet de standardisation par des fédérations (Borzakian, 2010), existent. Dans notre enquête, les jeux de cartes (*Belote*, *Tarot*, *Bataille*, *Barbu*, *Kems*, etc.), les jeux de damiers (*Dames*, *Échecs*, *Backgammon*, etc.) et les jeux de cartes avec mises (*Poker*, *Blackjack*, *Baccara*, etc.) sont trois catégories de jeux traditionnels dont nous avons mesuré la prévalence. Comme on le voit, la diversité interne de la catégorie « jeux traditionnels » est grande, en termes à la fois de matériels employés, d'organisation sociale de la pratique, et de publics visés ; et chaque jeu fait l'objet d'appropriations variées selon qu'il est pratiqué en club, en famille, entre amis, avec des enfants, etc.
- 4 Alors que les jeux traditionnels se jouent avec des moyens standardisés et des règles connaissant de nombreuses variantes, les jeux d'éditeurs se caractérisent au contraire par un contrôle des auteurs des jeux et de leurs ayants droits – souvent les entreprises du secteur – sur le matériel et les règles. Là encore, cette catégorie connaît une grande diversité. Certains de ses produits, comme le *Monopoly* (Hasbro, 1935) pourraient être considérés comme traditionnels tant leur existence est ancienne et leur pratique établie depuis des générations. Le secteur est aujourd'hui structuré entre, d'un côté, des « gros éditeurs » (Hasbro, Ravensburger ou Asmodée pour ne citer que quelques-uns parmi les plus importants), générant une grande partie du chiffre d'affaires, et, de l'autre, un « secteur de niche », composé de « nouveaux entrants » de tailles modestes (parfois une personne), mais toujours plus nombreux notamment sous l'effet du financement participatif (Zabban et al., 2020). Cette opposition recoupe au moins en partie une distinction dans la cible des jeux, entre grand public et jeux de niche, qui elle-même renvoie à une distinction dans la complexité des règles et du matériel, les réseaux de distribution (grandes surfaces et boutiques spécialisées) et le nombre d'exemplaires édités et traduits dans le monde (Berry et Roucoux, 2020).

- 5 Outre le nombre croissant d'acteurs et de titres, la diversité de l'offre est par ailleurs redoublée par des « localisations » de plus en plus fréquentes, c'est-à-dire des adaptations et des traductions de jeux étrangers pour le marché français. « Si l'Allemagne, l'Angleterre et les États-Unis restent d'importants pays producteurs de jeux localisés en France, l'offre de jeux japonais, canadiens, ou tchèques se multiplie sur le marché français. En 1996, les jeux allemands représentaient plus de 60 % du marché français. En 2006, 53 %. En 2014, un tiers seulement. À l'inverse, la place des auteurs anglophones (États-Unis et Angleterre principalement) et francophones (France, Belgique, Canada) augmente : les auteurs français représentaient 11 % de l'offre en 1996 pour 50 % en 2015 » (Berry, 2017).
- 6 Cette diversification du marché n'est pas sans effet sur la richesse et la diversité des propositions de jeux. Sans verser dans un essentialisme culturel, on constate des formes et des mécaniques de jeux privilégiées selon les pays et la nationalité des éditeurs et des auteurs. Qualifiées parfois dans le monde du jeu « d'écoles », des distinctions sont fréquemment opérées par les joueurs et les professionnels entre les jeux dits « à l'allemande » (ou « eurogame ») et les jeux qualifiés d'« ameritrash » (États-Unis, Angleterre). Les premiers sont souvent des jeux orientés autour de mécaniques de commerce, d'échange, de transaction et favorisant des logiques de score, sans élimination des joueurs durant la partie. Les jeux anglo-saxons, en revanche, sont plus interactifs, offrent plus souvent des positions asymétriques, ont un matériel plus abondant, des durées de parties plus longues, orientées autour du conflit et permettant l'élimination des adversaires au cours du jeu. Leur dimension narrative et les thèmes liés au fantastique et à la science-fiction se révèlent par ailleurs plus importants (Berry, 2017).
- 7 Notre recherche propose de cartographier les publics des jeux de société dans leur diversité : diversité des usages (fréquences, espaces, sociabilités...) et des consommations (jeux traditionnels, jeux d'éditeurs, jeux pour la jeunesse...). L'usage d'un questionnaire portant sur un échantillon représentatif de la population française de plus de 18 ans constitue pour cela la meilleure stratégie : elle permet d'estimer la prévalence de la pratique de chaque ensemble de jeu. Le questionnaire procédait en deux grands moments. La première partie mesure la fréquence de pratique de différents genres de jeux, l'approche générique permettant de repérer les grandes tendances de la pratique (Berry et al., 2020). Dans la seconde partie, les répondants étaient interrogés sur leur connaissance et leur expérience de 41 jeux dont était donné le nom ainsi qu'une photo (figure 1).

Figure 1 : Test de culture ludique sur le jeu *Colt Express* (Ludonaute, 2014)

- 8 La conception de ce test de culture ludique s'est appuyée sur une analyse de la production éditoriale du jeu de société des 30 dernières années : jeux de cartes, jeux de tabliers, jeux de dés, jeux de plateaux, jeux de rôles, jeux de cartes à collectionner, etc. Une base de données constituée en amont rend compte de la diversité du secteur en fonction du matériel, des règles, du « copyright » ou non du jeu – dans ce cas, on parle de jeu traditionnel – du public visé, des logiques transmédias (Dauphagne, 2008) dans lesquels un jeu s'inscrit. Pour constituer un échantillon de jeux représentatifs de cette diversité et de la structuration du secteur, les critères suivants ont été retenus :
- Type de jeu : jeux traditionnels, jeux d'édition marché de masse, jeux d'édition de niche
 - Aire culturelle : jeux allemands, jeux français ou francophones, jeux anglo-saxons
 - Adressage : enfants, adolescents, adultes ou famille⁴
 - Mécanique de jeu
- 9 À travers ce test, il s'est ainsi agi de mesurer la connaissance des enquêtés sur la diversité du monde du jeu de société, et de classer les enquêtés selon leur niveau d'expertise et de connaissance du secteur, selon leurs pratiques et leurs préférences en matière de jeu au regard également de leur milieu social et de leurs pratiques culturelles. Deux questions étaient donc posées pour chaque jeu : « est-ce que vous connaissez ce jeu ? », puis, selon la réponse à cette première question, « est-ce que vous aimez ou aimeriez y rejouer ? » ou « aimeriez-vous y jouer ? »
- 10 À un niveau général, tout type de jeu confondu (traditionnel ou d'éditeurs, de masse ou de niche, européen ou nord-américain, jeux de pions, de plateaux, de cartes ou de figurines), près de 96 % des enquêtés déclarent avoir joué au moins une fois dans leur vie à un jeu de société, au sens large⁵, et 81 % d'entre eux dans les 12 derniers mois : 56 % occasionnellement (quelques fois dans l'année), et 25 % fréquemment (14 % tous les mois, 11 % toutes les semaines). Si l'on regarde plus en détail les formes privilégiées de jeu de société, les jeux de plateaux d'éditeurs, les jeux de cartes traditionnels et les jeux de damiers traditionnels emportent l'essentiel des pratiques. En agrégeant les jeux en fonction leur propriété légale et intellectuelle, les jeux traditionnels représentent la majorité des pratiques jouées dans l'année : 59 % de l'échantillon a joué à un jeu traditionnel, mais seuls 41 % ont joué à un jeu d'éditeurs. Cette importance des jeux traditionnels est confirmée par l'intensité des fréquences. 16 % des enquêtés déclarent des pratiques au moins mensuelles pour les jeux de cartes traditionnels, contre 10 % pour les jeux de plateaux d'éditeurs.

Tableau 1. Pratiques de jeux de société dans l'année

Jeux de plateau (Monopoly, Trivial Pursuit, Cluedo, Uno, Les Colons de Catane, etc.)	65 %
Jeux de cartes (Belote, Tarot, Rami, Bataille, Barbu, Kems, Manille, etc.)	61 %
Jeux de damier ou tablier (Dames, Échecs, Backgammon, etc.)	42 %
Jeux de cartes avec des mises (Poker, Black Jack, Baccara, etc.)	9 %
Jeux de cartes à collectionner (Magic, Pokémon, Yu-gi-oh, etc.)	6 %
Jeux de rôles sur table (Donjons et Dragons, l'Appel de Cthulhu, Pathfinder, Vampire, etc.)	3 %
Jeux de figurines (Warhammer, Star Wars Armada, BattleLore, etc.)	3 %

Champ : Ensemble des enquêtés (N = 2582)

Lecture : 65 % des enquêtés ont joué au moins occasionnellement à un jeu de plateau dans l'année

Source : Enquête « Cultures et pratiques ludiques en France : le cas des jeux de société » (Ludenquête), 2017, ELIPSS/CDSP

- 11 Quand on étudie le détail de ces pratiques, on constate cependant de très fortes disparités. La première dimension centrale qui structure les pratiques ludiques distingue trois formes sociales du jeu de société, qui ne sont pas exclusives : le jeu en famille, les pratiques ordinaires entre adultes, et les pratiques de passionnés.

Une affaire de famille : les jeux entre parents et enfants

- 12 De fait, l'âge et la parentalité, entendue ici comme le fait d'avoir des enfants, sont deux variables fortement corrélées avec les pratiques ludiques. La parentalité est surtout corrélée avec la fréquence de jeu : 30 % des parents d'enfants mineurs ont une pratique de jeu de société au moins mensuelle contre 25 % des enquêtés sans enfants et 21 % des parents d'enfants adultes. Ce sont notamment les parents d'enfants de 3 à 12 ans qui sont concernés : c'est la période durant laquelle les pratiques ludiques familiales sont les plus fréquentes. L'effet de l'âge est indissociable de celui de la parentalité : chez les adultes, les activités ludiques se concentrent dans les classes d'âge les plus susceptibles d'avoir des enfants en bas âge (89 % des 18-50 ans ont des pratiques occasionnelles ou fréquentes) et déclinent ensuite (73 % en moyenne pour les enquêtés âgés entre 50 et 70).

Figure 2. Pratique du jeu de société par classe d'âge

Champ : Ensemble des enquêtés (N = 2582)

Lecture : 93 % des enquêtés âgés de moins de 24 ans ont joué à un jeu de société dans l'année. 30 % des enquêtés âgés de moins de 24 ans ont joué fréquemment (au moins une fois par mois)

Source : Enquête « Cultures et pratiques ludiques en France : le cas des jeux de société » (Ludenquête), 2017, ELIPSS/CDSP

- 13 Ces taux de pratique bruts sont notamment liés à l'accompagnement des enfants. Quelques questions portaient spécifiquement sur les compagnons de jeu. Dans notre échantillon, près de 73 % des enquêtés parents (n = 1 992) déclarent avoir joué à des jeux de société avec leurs enfants dans l'année écoulée : 46 % de façon occasionnelle (quelques fois dans l'année) et 28 % de façon régulière et fréquente (16 % tous les mois, 12 % toutes les semaines). Si l'on regarde les pratiques selon l'âge des enfants, la période 3-12 ans apparaît comme la plus importante : près de 92 % des parents d'enfants dans cet intervalle d'âge déclarent des pratiques au moins occasionnelles. Au sein de cette période, c'est avec les enfants de 3 à 6 ans que la pratique partagée fréquente est la plus forte ; l'entrée au CP marque le développement d'activités scolaires et de loisirs (Octobre, 2006) qui voient le temps de jeu partagé se réduire au profit des devoirs, des activités périscolaires, des clubs ou des centres de loisirs. Les pratiques familiales autour du jeu de société sont par ailleurs principalement faites le week-end (64 % des répondants).

Tableau 2. Fréquences des pratiques ludiques familiales selon l'âge des enfants

	Pas de Pratique	Pratiques occasionnelles	Pratiques fréquentes	Total
Avec de jeunes enfants (0-2 ans)	27 %	26 %	47 %	100 %
Avec enfants (3-6 ans)	8 %	31 %	61 %	100 %
Avec enfants (7-12 ans)	7 %	43 %	50 %	100 %
Avec adolescents (13-17 ans)	22 %	60 %	18 %	100 %

Avec enfants aujourd'hui adultes	37 %	52 %	11 %	100 %
-------------------------------------	------	------	------	-------

Champs : Ensemble des enquêtés parents ayant renseigné les fréquences des pratiques ludiques familiales (N =1990).

Lecture : 27 % des enquêtés parents de jeunes enfants, âgés entre 0 et 2 ans, n'ont pas joué au jeu de société avec leur(s) enfant(s) dans l'année écoulée.

Source : Enquête « Cultures et pratiques ludiques en France : le cas des jeux de société » (Ludenquête), 2017, ELIPSS/CDSP.

- 14 L'adolescence marque en revanche une rupture plus nette. Sans totalement disparaître, les pratiques ludiques familiales se raréfient pour devenir plus occasionnelles (50 % des parents de préadolescents déclarent une pratique fréquente contre 18 % des parents d'adolescents). Elles marquent une mutation des pratiques ludiques des plus jeunes, des jeux de société aux jeux vidéo, et plus généralement des pratiques culturelles dans un processus d'autonomisation vis-à-vis de la sphère familiale. Les adolescents investissent plus fréquemment leur chambre que les espaces communs, et privilégient alors d'autres pratiques culturelles, moins liées à l'activité familiale et plus axées sur la culture entre pairs : musique, vidéo, réseaux sociaux (Pasquier, 2005).
- 15 Si l'on regarde en détail les titres déclarés comme les plus souvent joués en famille⁶, on constate que les jeux d'édition du marché de masse occupent le haut du podium : *Monopoly*, *Croque-Carottes* (Ravensburger, 2001), *Uno* (Mattel, 1971), *Scrabble* (Mattel/Hasbro, 1948), *La bonne paye* (Hasbro, 1974), *Cluedo* (Hasbro, 1949). Parmi les jeux traditionnels, majoritaires à l'échelle de la population, seule la belote est évoquée comme pratique familiale importante (que l'on retrouve, nous le verrons, parmi les pratiques privilégiées entre adultes).

Tableau 3. Les dix premiers jeux cités comme les « plus souvent joués » en famille

Monopoly	14 %
Croques Carottes	7 %
Uno	6 %
Dominos	5 %
Belote	4 %
Puissance 4	4 %
Cluedo	3 %
Scrabble	3 %
Rummikub	3 %

Dobble	3 %
--------	-----

Champs : Ensemble des enquêtés parents ayant renseigné un jeu « le plus souvent joué » en famille (N = 1194).

Lecture : 14 % des enquêtés parents ont déclaré avoir joué le plus souvent au *Monopoly* avec leurs enfants au cours de l'année écoulée.

Source : Enquête « Cultures et pratiques ludiques en France : le cas des jeux de société » (Ludenquête), 2017, ELIPSS/CDSP.

- 16 La pratique du jeu avec les enfants est présente dans tous les milieux sociaux. Dans tous, également, la pratique des mères est plus fréquente que celle des pères (60 % déclarent jouer au moins tous les mois avec leurs enfants à un jeu de société, contre 48 % des pères). De ce fait, les femmes ont une plus grande expertise des jeux existants : elles connaissent et ont expérimenté plus de jeux en moyenne que les hommes, du fait de ces pratiques d'accompagnement. Le niveau de diplôme est également corrélé avec la fréquence : les parents d'enfants mineurs diplômés du supérieur jouent plus souvent avec leurs enfants que tous les autres (68 % de pratiques fréquentes, contre environ 50 % à tous les autres niveaux de diplôme, n = 759). Ce sont les professions intermédiaires (60 % de pratiques fréquentes) et les cadres et professions intellectuelles supérieures (54 %) qui jouent le plus souvent avec leurs enfants, devant les ouvriers (42 %) et les employés (45 %).
- 17 En ce sens, le jeu de société s'inscrit pleinement dans les logiques et les normes de la « bonne parentalité » observée par Sylvie Octobre, Nathalie Berthomier et Florent Facq (2018, p. 57), entendue comme « cette implication dans des activités favorables au développement de l'enfant [...], caractéristique des classes moyennes par opposition tant aux catégories populaires qu'aux catégories supérieures » et dont les mères sont plus souvent porteuses.

Le jeu entre adultes

- 18 Loin de concerner exclusivement le domaine familial, le jeu de société est l'objet de pratiques entre adultes. Cette deuxième forme sociale est sensiblement équivalente à la première (et non exclusive rappelons-le) en termes de volume d'activité. Près de 75 % des enquêtés déclarent en effet avoir joué au jeu de société au cours des 12 derniers mois avec d'autres adultes : 54 % de façon occasionnelle (quelques fois dans l'année) et 21 % de façon régulière et fréquente (13 % tous les mois, 8 % toutes les semaines). Lorsque l'on examine la liste des jeux déclarés comme les plus joués dans l'année⁷, les jeux traditionnels occupent le haut du tableau : *Belote* (21 % des jeux cités) et *Tarot* (12 %). Ensuite, moins importants que pour les pratiques familiales, les jeux d'éditeurs restent présents avec le *Scrabble* et le *Trivial Pursuit* (Hasbro, 1979) notamment.

Tableau 4. Les dix premiers jeux cités comme les « plus souvent joués » entre adultes

Belote	21 %
Tarot	12 %
Scrabble	9 %

Rummikub	5 %
Trivial Pursuit	4 %
Échecs	4 %
Poker	4 %
Time's Up	4 %
Rami	4 %
Monopoly	3 %

Champs : Ensemble des enquêtés ayant renseigné un jeu « le plus souvent joué » entre adultes (N = 1289)

Lecture : 21 % des enquêtés ont déclaré avoir joué le plus souvent à la *Belote* entre adultes au cours de l'année écoulée.

Source : Enquête « Cultures et pratiques ludiques en France : le cas des jeux de société » (Ludenquête), 2017, ELIPSS/CDSP

- 19 Contrairement aux pratiques familiales, les rythmes de jeu entre adultes déclarés par les enquêtés ne divergent pas pour les hommes et pour les femmes, ni pour les différents milieux sociaux. Il y a à cela deux exceptions : les cadres et professions intellectuelles supérieures sont un peu moins nombreux à jouer fréquemment (18 %) que la moyenne (22 %), et les ouvriers un peu plus nombreux à ne jamais avoir joué dans l'année entre adultes (27 % contre 21 % chez professions intermédiaires). En revanche, l'âge structure fortement les pratiques. Le jeu de société entre adultes se fait plus rare à mesure que l'on monte dans les classes d'âge : 84 % des enquêtés âgés entre 18-30 déclarent des pratiques au moins occasionnelles contre 74 % des enquêtés âgés entre 60 et 70 ans. On constate cependant qu'à partir de 40 ans les pratiques fréquentes se stabilisent autour de 19 % pour les décennies d'âge suivantes (cf. Figure 1). Deux explications peuvent se conjuguer ici. D'une part, il peut s'agir d'une évolution des cercles de sociabilités avec l'avancée dans le cycle de vie, qui fait des adultes les plus jeunes les plus susceptibles d'avoir des relations sociales variées, propices à la pratique des jeux de société, les sociabilités se concentrant sur la famille avec l'arrivée des enfants (Forsé, 1981). D'autre part, un phénomène générationnel pour les cohortes nées dans les années 1980, celles qui ont connu les mutations du secteur décrites en introduction (la stabilisation du taux de pratiques fréquentes à partir de 40 ans témoigne en faveur de cette hypothèse). En effet, on peut faire l'hypothèse d'une socialisation et d'une exposition différenciées pour les cohortes nées aux alentours des années 1980 et dans les décennies suivantes. Si l'on regarde plus en détail les différences selon les types de jeu (édition ou traditionnel), on constate que les écarts sont plus importants encore dans le cas des jeux de plateau : 23 % des personnes âgées de plus de 70 ans, notamment celles ayant eu des enfants, déclarent n'avoir jamais joué de leur vie à des jeux d'éditeur contre 9 % seulement chez les 18-30 ans.
- 20 Ces écarts témoignent d'une importance progressive prise par le jeu de société « moderne » (sous copyright) dans l'espace culturel et domestique, comme l'analyse Osgerby (2002) aux États-Unis au lendemain de la Seconde Guerre mondiale : le fun, le divertissement et le jeu prennent une place grandissante au sein des valeurs éducatives

et familiales. Cette « moralité du divertissement (*fun morality*) » (Wolfenstein, 2010), comme le traduit et l'observe Dumazedier (1962, p. 42) dans son étude sur les loisirs à la même période en France, remplace l'ascétisme de la bourgeoisie traditionnelle en accordant à la notion de « divertissement » une valeur plus légitime. Pierre Bourdieu analyse également cette dynamique dans les années 1980, en particulier à travers l'importation en France du modèle américain, dans les valeurs d'une « nouvelle bourgeoisie » : « à la morale du devoir qui, fondée sur l'opposition entre le plaisir et le bien, porte à la suspicion généralisée envers l'agrément et l'agréable, à la peur du plaisir [...], la nouvelle avant-garde éthique oppose une morale du devoir de plaisir qui porte à éprouver comme un échec, propre à menacer l'estime de soi, toute impuissance à "s'amuser", to have fun » (Bourdieu, 1979, p. 424).

- 21 Il faut bien sûr prendre ces données avec précaution et cette rupture générationnelle comme une hypothèse. Mobiliser les souvenirs au cours d'une enquête (quantitative ou qualitative) demeure toujours plus difficile selon l'avancement dans la vie. Comme d'autres outils en sciences sociales, le questionnaire mesure bien plus la capacité des gens à dire et à « se rappeler » que la réalité exacte des pratiques. Cette différenciation selon l'âge est cependant confirmée avec le test de culture ludique qui voit les jeunes adultes (20-30 ans) connaître le plus grand nombre de jeux (pour avoir pratiqué ou non). De la même façon, nous le verrons par la suite, une analyse détaillée de la connaissance des titres de jeu confirme un écart entre les générations nées avant les années 1980 et les suivantes.
- 22 Si les personnes plus âgées jouent un peu moins, des pratiques soutenues se maintiennent tout au long de la vie. Le déclin de la pratique à mesure que l'on examine des classes d'âge plus avancées est bien moins fort que dans le cas des jeux vidéo, par exemple. Là encore, l'explication est double : à la fois générationnelle (les jeux vidéo sont comparativement plus ancrés dans les cohortes plus jeunes) et lié à l'évolution des sociabilités (Coavoux & Gerber, 2016). Une analyse des partenaires privilégiés de jeu révèle en effet l'importance des sociabilités « internes » (Forsé, 1981) qui peuvent expliquer partiellement cette solidité du jeu de société : les « conjoints » (59 % des enquêtés ont joué au jeu de société avec leur conjoint dans l'année), les « frères et sœurs » (30 %), les « amis » (33 %) et les « amis d'enfance » (30 %). On peut aussi mettre en relation cette stabilité des pratiques ludiques dans le temps avec l'importance des « clubs de jeu » pour le troisième âge : si l'inscription dans des « clubs de jeu » concerne une faible part des enquêtés (1,7 %), les personnes de plus de 70 ans sont surreprésentées dans ce groupe.
- 23 Jouer au jeu de société entre adultes apparaît comme une pratique culturelle non négligeable. Hors des logiques éducatives et parentales, près d'un français sur cinq déclare jouer au moins mensuellement. Contrairement aux usages en famille, elle est moins située socialement et plus équitablement distribuée en termes de genre. L'âge marque une différence importante en termes de pratiques et structure les usages, mais les pratiques demeurent soutenues tout au long de la vie. Inscrites dans des sociabilités internes (jouer avec des proches), les pratiques de jeu entre adultes sont relativement durables dans le temps. Présente dans tous les milieux sociaux, la seule différence notable est le caractère plus occasionnel et moins fréquent de la pratique entre adultes par les classes moyennes et supérieures. Si les milieux populaires sont, comme nous l'avons vu, moins connaisseurs de la diversité de l'offre, ils ont, lorsqu'ils jouent, des pratiques tout aussi fréquentes, sinon plus.

La différenciation sociale des pratiques des jeux de société

- 24 Les jeux de société font partie des objets de la culture commune : largement consommés dans tous les milieux sociaux et à tous les âges, malgré des différences dans la fréquence de pratique. En cela, ils se rapprochent d'autres pratiques culturelles, comme la radio, la télévision, ou l'écoute de musique enregistrée, qui constituent la trame commune des loisirs culturels. Cependant, ce partage de la pratique ne signifie pas que les modalités d'appropriation du jeu soient, pour tous, partout, les mêmes. L'étude de la réception des objets culturels montre ainsi que des consommations communes masquent des divergences importantes dans les significations que les spectateurs attribuent aux œuvres (Shively, 1992), les usages qu'ils en font (Mauger & Poliak, 1998), mais aussi leurs goûts au sein d'un genre culturel (Bourdieu, 1979).
- 25 L'examen de la distribution des pratiques des jeux de société, notamment des écarts dans les genres de jeux pratiqués et les goûts pour des titres particuliers selon le milieu social, met ainsi en évidence des attitudes socialement différenciées en la matière. Au niveau des grandes catégories de jeux, la pratique des jeux de cartes avec mise, comme le *Poker*, est la plus clivante : son public est principalement masculin, et les ouvriers y sont surreprésentés (Berry et al., 2020). Les écarts de pratique entre milieux sociaux sont également visibles dans le cas des jeux d'éditeurs. C'est du côté des classes moyennes et supérieures que l'on constate les déclarations les plus nombreuses (près de 70 % des professions intermédiaires déclarent jouer occasionnellement ou fréquemment contre 5 % chez les ouvriers). Là aussi, dans les milieux populaires, l'expérience du jeu de plateau (le fait d'avoir joué au moins une fois dans sa vie) est plus faible : 21 % des ouvriers n'ont jamais joué de leur vie contre 7 % des professions intermédiaires et 4 % des cadres supérieurs. Cependant, ces différences s'estompent dans le cas des pratiques fréquentes qui s'établissent autour de 10 % pour l'ensemble des catégories sociales. Mais ces grandes catégories ont leurs limites analytiques : celle intitulée « jeux de cartes traditionnels », par exemple, rassemble à la fois la *Belote* et le *Bridge*, et celle des « jeux de plateau » le très populaire *Monopoly* et le jeu de niche *Puerto Rico* (Alea, 2002). L'analyse par titres s'impose alors.
- 26 Constitué comme un outil de mesure de la diversité monde du jeu de société, le test de culture ludique met logiquement en évidence une disparité des connaissances et des expériences. Aux extrêmes de notre échantillon se situe d'un côté, le *Monopoly*, connu par 99 % des enquêtés et le jeu *Horreur à Arkham* (Fantasy Flight Game, 2005), connu par moins de 2 % de l'échantillon. Ce simple résultat développé dans le Tableau 5 permet de relativiser considérablement les discours sur le renouveau du jeu de société. On constate en effet qu'il existe un groupe de jeux patrimoniaux, souvent assez anciens (*Monopoly*, *Scrabble*) ou traditionnels (*Dominos*, *Dames*, *Échecs*), populaires notamment pour leur facilité à être pratiqués avec des enfants (*Docteur Maboul*, Hasbro, 1965 ; *Cluedo*, Hasbro, 1949), connus de la quasi-totalité de la population, et très populaires. Un second niveau regroupe les jeux festifs [*party games*] les plus diffusés, de *Jungle Speed* (Asmodée, 1996) et *Times Up* (Asmodée, 2005) aux *Loups garous de Thiercelieux* (Lui-même, 2001), qui ont émergé lors des dernières décennies et alimentent l'image d'un renouveau du jeu de société. L'expérience de ces jeux, indubitablement populaires, ne dépasse cependant jamais un quart de la population. Enfin, les jeux reconnus par la

profession, ceux qui gagnent des prix dans les festivals spécialisés, demeurent marginaux. Dixit (Libellud, 2008) le plus grand public d'entre eux (il ne demande aucune familiarité avec les jeux complexes, emploie une esthétique soignée et attirante, et du fait de règles très simples peut être joué comme un *party game*) n'a été joué que par 6 % de l'échantillon, et demeure avec ce score bien au-delà des titres de cette catégorie. In fine, l'engouement parfois décrit pour les nouvelles créations doit être nuancé : nous avons plutôt assisté, ces dernières décennies, d'une part à un élargissement progressif du canon des jeux patrimoniaux vers les *party games*, et d'autre part à un développement de la créativité des concepteurs de jeux, mais dont la pratique demeure encore aujourd'hui relativement concentrée dans des populations restreintes.

Tableau 5. Connaissances des jeux du test de culture ludique

	Connu pour avoir été joué	Connu sans être joué	Inconnu	Total
<i>Monopoly</i>	94 %	5 %	1 %	100 %
<i>Dominos</i>	94 %	4 %	2 %	100 %
<i>Petits chevaux</i>	94 %	2 %	4 %	100 %
<i>Dames</i>	94 %	5 %	1 %	100 %
<i>Scrabble</i>	91 %	7 %	2 %	100 %
<i>Puissance 4</i>	80 %	8 %	12 %	100 %
<i>Trivial Pursuit</i>	75 %	14 %	11 %	100 %
<i>Belote</i>	72 %	22 %	6 %	100 %
<i>Tarot</i>	63 %	29 %	8 %	100 %
<i>Cluedo</i>	57 %	25 %	18 %	100 %
<i>Docteur Maboul</i>	56 %	22 %	22 %	100 %
<i>Échecs</i>	55 %	40 %	5 %	100 %
<i>Poker</i>	46 %	42 %	12 %	100 %
<i>Jungle Speed</i>	30 %	8 %	62 %	100 %
<i>Time's Up</i>	27 %	10 %	63 %	100 %
<i>Croque Carotte</i>	24 %	14 %	62 %	100 %
<i>Risk</i>	23 %	24 %	53 %	100 %
<i>Awélé</i>	22 %	15 %	64 %	100 %
<i>Twister</i>	21 %	21 %	59 %	100 %

<i>Backgammon</i>	18 %	47 %	35 %	100 %
<i>Les loups Garous de Thiercelieux</i>	15 %	7 %	78 %	100 %
<i>Qui veut gagner des millions</i>	15 %	61 %	25 %	100 %
<i>Les incollables</i>	10 %	12 %	78 %	100 %
<i>Bridge</i>	9 %	56 %	35 %	100 %
<i>Le Go</i>	8 %	24 %	69 %	100 %
<i>Le Verger</i>	7 %	3 %	90 %	100 %
<i>Dixit</i>	6 %	3 %	91 %	100 %
<i>Quarto</i>	5 %	4 %	91 %	100 %
<i>Carcassonne</i>	5 %	5 %	90 %	100 %
<i>Donjons et Dragons</i>	5 %	17 %	78 %	100 %
<i>Time Line</i>	4 %	3 %	93 %	100 %
<i>Colons de Catane</i>	5 %	4 %	91 %	100 %
<i>Magic</i>	3 %	8 %	89 %	100 %
<i>Pique Plume</i>	3 %	4 %	94 %	100 %
<i>Warhammer</i>	2 %	9 %	90 %	100 %
<i>Diplomacy</i>	2 %	4 %	94 %	100 %
<i>Colt Express</i>	2 %	1 %	97 %	100 %
<i>Puerto Rico</i>	1 %	2 %	98 %	100 %
<i>Loony Quest</i>	1 %	1 %	98 %	100 %
<i>Ricochet Robot</i>	1 %	1 %	98 %	100 %
<i>Horreur à Arham</i>	0 %	1 %	99 %	100 %

Champs : Ensemble des enquêtés (N = 2582)

Lecture : 95 % des enquêtés connaissent le *Monopoly* pour y avoir joué, 5 % connaissent sans y avoir joué, 1 % ne connaît pas.

Source : Enquête « Cultures et pratiques ludiques en France : le cas des jeux de société » (Ludenquête), 2017, ELIPSS/CDSP

- 27 Ce test de culture ludique met également en évidence la distribution de la notoriété pour les différents jeux de société. Les enquêtés qui ne jouent pas se divisent en effet en deux catégories : ceux qui n'ont jamais entendu parler du jeu, et ceux qui le connaissent au moins de nom. Dans les jeux de niche, la notoriété est souvent faible (peu de gens

connaissent), mais pour certains titres, elle dépasse leur taux d'expérience directe, plus particulièrement pour les jeux appartenant au canon des sous-cultures, littéraires, cinématographiques ou vidéoludiques, liées à la fantaisie et à la science-fiction. Ainsi, *Warhammer* (Games Workshop, 1983), *Magic The Gathering* (Wizards of the Coast, 1993), et surtout *Donjons et Dragons* (Wizards of the Coast, 1974) sont peu pratiqués, mais relativement connus (plus de 10 %). La popularisation médiatique de ces sous-cultures dans les dernières décennies peut expliquer cette notoriété ; le cas de *Donjons et dragons*, particulièrement cité (16,8 % des répondants le connaissent sans y avoir joué) est peut-être lié aux paniques morales dont le jeu a fait l'objet dans les années 1990 (Trémel, 2001), mais aussi à un intérêt renouvelé auprès des jeunes publics à travers la promotion et la diffusion du jeu de rôles sur les plateformes de diffusion de vidéo sur Internet. L'analyse par tranche d'âge de *Donjons et Dragons* confirme cette dimension générationnelle de la pratique et cet intérêt renouvelé pour les jeunes publics : parmi ceux qui connaissent pour y avoir joué, les cohortes âgées entre 40 et 50 ans sont surreprésentées, tandis que ceux qui connaissent sans y avoir joué ont souvent moins de 30 ans.

- 28 On observe un phénomène similaire de faible pratique et de forte notoriété pour les jeux ayant une image élitiste ou intellectuelle, comme le *Go* et le *Bridge* par exemple. Leur statut de jeux difficiles d'accès et exclusifs et les représentations sociales qui leur sont associées y sont sans doute pour quelque chose. À cet égard, la différence notable entre les *Échecs* et les *Dames* est révélatrice : les premiers, que l'on qualifie parfois de « roi des jeux », bénéficient d'un certain prestige et se révèlent ainsi très connus, mais ont un niveau d'expérience intermédiaire, alors que les secondes, moins valorisées, font partie des jeux les plus populaires et dont la connaissance est principalement issue de la pratique.
- 29 L'examen de la distribution des titres selon la position sociale montre, comme sur les autres pratiques culturelles, un phénomène de différenciation sociale complexe : d'une part, certains titres se caractérisent par un public plutôt élitiste, et ont alors de faibles niveaux de pratique dans les classes populaires ; d'autre part, les jeux grand public demeurent pratiqués au moins autant, et parfois plus souvent, par les classes supérieures que par les classes populaires. En conséquence, les membres des classes supérieures connaissent et ont pratiqué, en moyenne, un nombre supérieur de jeux que les membres des classes populaires.
- 30 On peut ainsi calculer des scores de culture ludique en comptant, pour chaque enquêté, le nombre de jeux déclarés connus de la liste proposée dans la deuxième partie du questionnaire. Il apparaît que les professions intermédiaires et les cadres et professions intellectuelles supérieures ont les scores moyens les plus élevés (médiane à 19) et les ouvriers les plus faibles (médiane de 16). La culture ludique est ainsi plus inégalement distribuée que la pratique.

Figure 3. Distribution des scores au test de culture ludique par catégorie socioprofessionnelle

Champs : Ensemble des enquêtés (N = 2582).

Lecture : Chez les enquêtés appartenant à la catégorie des « Cadres et professions intellectuelles supérieures », la médiane du nombre de jeux connus est de 19.

Source : Enquête « Cultures et pratiques ludiques en France : le cas des jeux de société » (Ludenquête), 2017, ELIPSS/CDSP.

- 31 On reconnaît ici le modèle de l'omnivorisisme culturel (R. A. Peterson & Simkus, 1992), qui théorise que l'attitude culturelle la plus légitime, désormais, consiste à une ouverture partagée à des produits légitimes et populaires. En regardant ainsi non seulement la connaissance, mais aussi l'expérience qu'ont les différents milieux sociaux de chacun des titres étudiés, les classes moyennes et supérieures se distinguent nettement. Elles ont, plus que les autres, essayé une grande diversité de titres : des titres les plus grand public comme le *Monopoly*, le *Scrabble* ou le *Cluedo* jusqu'aux pratiques de jeu de niches les plus confidentielles, à l'image de *Puerto Rico*, *Warhammer*, *Donjons et Dragons*, *Timeline*, *Dixit*, les *Colons de Catane* (Kosmos, 1995), le *Verger* (Haba, 1986) etc. Seuls, le *Dr Maboul*, les *Incollables* (Ravensburger, 1989) et *Croque Carottes* apparaissent comme peu pratiqués (et moins qu'ailleurs) par les cadres supérieurs.
- 32 Cette logique se vérifie majoritairement sur l'ensemble des titres présentés au cours de l'enquête aussi bien pour les jeux les plus populaires (connus par une majorité du panel) que pour les titres les plus confidentiels. Dans la strate « intermédiaire », comprise ici comme l'ensemble des titres connus entre 10 et 50 % des enquêtés, les classes moyennes et supérieures, avec les étudiants, se révèlent également être, à quelques exceptions près, celles qui connaissent le plus fréquemment un jeu pour l'avoir pratiqué.

Tableau 6. Expérience des jeux de société selon la catégorie socioprofessionnelle (strate intermédiaire)

	Artisans, commerçants et chefs d'entreprise	Agriculteurs exploitants	Cadres et professions intellectuelles supérieures	Professions intermédiaires	Employés	Ouvriers	Etudiants
<i>Awélé</i>	13 %	18 %	23 %	24 %	16 %	9 %	27 %
<i>Donjons et Dragons</i>	4 %	4 %	7 %	4 %	4 %	4 %	4 %
<i>Jungle Speed</i>	21 %	16 %	31 %	32 %	28 %	17 %	58 %
<i>Le Go</i>	7 %	<1 %	12 %	5 %	3 %	3 %	11 %
<i>Les Incollables</i>	4 %	15 %	7 %	10 %	12 %	8 %	6 %
<i>Loups Garous</i>	3 %	17 %	17 %	17 %	10 %	8 %	60 %
<i>Risk</i>	18 %	22 %	30 %	22 %	13 %	16 %	27 %
<i>Time's Up</i>	14 %	12 %	36 %	31 %	23 %	16 %	52 %
<i>Twister</i>	12 %	12 %	22 %	23 %	22 %	13 %	50 %

Champ : jeux « intermédiaires » : connus (pour avoir été pratiqués ou non) par 10-50 % des enquêtés (N =2402)

Lecture : Chez les enquêtés appartenant à la catégorie des cadres et professions intellectuelles supérieures 23 % connaissent l'Awélé pour y avoir joué au moins une fois.

Source : Enquête « Cultures et pratiques ludiques en France : le cas des jeux de société » (Ludenquête), 2017, ELIPSS/CDSP

- 33 À l'opposé de l'échelle sociale, les milieux populaires, et particulièrement les ouvriers, se caractérisent par des expériences bien moins nombreuses (les « non-expériences » sont surreprésentées). À l'exception de la *Belote* très présente chez les ouvriers, les pratiques de niches (*Puerto Rico*, Alea, 2002 ; *Loony Quest*, Libellud, 2014) n'ont, plus qu'ailleurs, jamais été pratiquées (les jeux leur sont inconnus). Une exploration de la distribution des niveaux de diplôme confirme cette stratification.
- 34 La diversité plus grande de l'expérience des milieux moyens et supérieurs se lit enfin dans la taille de ce que nous pourrions appeler leur patrimoine ludique : le nombre de jeux possédés à la maison. Si cette variable est corrélée à la présence d'enfants à la maison, elle l'est aussi avec le diplôme et la position sociale. Ainsi, les cadres et professions intellectuelles supérieures sont deux fois plus susceptibles d'avoir plus de 20 jeux que les ouvriers (10,7 % contre 5,2 %).
- 35 La catégorie socioprofessionnelle et le diplôme ne sont bien sûr pas les seuls à structurer les expériences et la culture du jeu de société. Les âges de la vie jouent là encore un rôle majeur, du fait des sociabilités propres à certaines périodes. Si l'on

regarde en détail la distribution des titres par catégorie socioprofessionnelle, on peut constater l'importance du jeu en général et de certains titres en particulier chez les enquêtés en cours d'étude : *Loups Garous* et *Time's Up* sont surreprésentés chez les étudiants, période dont on sait qu'elle est un moment de sociabilités et de mixité sociale plus grande (Galland, 2017). Ces deux titres permettent un grand nombre de participants et leurs mécaniques sont centrées sur des interactions fortes entre joueurs. L'importance de l'âge et des sociabilités qui sont attachées à la jeunesse corrobore les analyses du jeu vidéo (Rufat et al., 2014) : le jeu est d'abord l'expression des sociabilités dans lesquelles un individu évolue bien plus qu'il ne les crée ou ne les freine comme le laissent parfois entendre certains discours médiatiques, voire universitaires, sur les méfaits ou les bienfaits du jeu, notamment du jeu vidéo, sur la socialisation.

- 36 Une analyse par âge confirme non seulement cette relation entre jeu et sociabilité, mais elle valide dans le même temps le caractère générationnel, précédemment souligné, du jeu de société. Les cohortes nées autour des années 1980 et les suivantes ont une plus grande connaissance et expérience des titres. On mesure ici les effets d'une exposition croissante au jeu de société pour ces générations. Les années 1980 marquent un tournant en termes de diversité de l'offre (J. Peterson, 2012), mais aussi d'innovation dans les mécaniques – on peut ainsi penser à l'émergence du jeu de rôles. Observé dans le domaine du jouet au lendemain de la seconde guerre mondiale aux États-Unis (Kline, 1996) puis dans les années 1960 en France avec ce que Gilles Brougère (2003) qualifie de « nouveau régime du jouet », le jeu de société a connu des transformations comparables : développement d'un secteur dédié, emprunt croissant à la fantasy et à la fiction, circulation culturelle et développement de logiques transmédias (Dauphagne, 2008) plus nombreuses. En ce sens les années 1980 marquent un moment de transformation de la culture ludique liée au jeu de société que l'on retrouve logiquement dans les expériences des enquêtés ayant grandi dans cette décennie et les suivantes.

Tableau 7. Expérience du jeu de société selon les âges (strate intermédiaire)

	18-30 ans	30-39 ans	40-49 ans	50-59 ans	60-69 ans	70 ans et plus
Awélé	26 %	22 %	24 %	18 %	13 %	6 %
Donjons et Dragons	4 %	3 %	8 %	5 %	3 %	1 %
Jungle Speed	63 %	47 %	35 %	18 %	6 %	4 %
Le Go	7 %	4 %	8 %	6 %	6 %	3 %
Les incollables	8 %	11 %	18 %	8 %	5 %	3 %
Loups Garous	47 %	25 %	15 %	6 %	2 %	1 %
Risk	23 %	27 %	30 %	19 %	11 %	8 %
Time's Up	56 %	52 %	31 %	13 %	9 %	3 %

Twister	54 %	36 %	23 %	14 %	5 %	0 %
---------	------	------	------	------	-----	-----

Champ : jeux « intermédiaires » : connus (pour avoir été pratiqués ou non) par 10-50 % des enquêtés (N = 2402)

Lecture : Chez les enquêtés âgés entre 18 et 30 ans, 26 % connaissent l'Awélé pour y avoir joué au moins une fois.

Source : Enquête « Cultures et pratiques ludiques en France : le cas des jeux de société » (Ludenquête), 2017, ELIPSS/CDSP

- 37 Enfin, en lien avec la parentalité, le test de culture ludique confirme le caractère genré des expériences et des connaissances du secteur. Si, comme nous l'avons évoqué précédemment, les femmes connaissent plus de jeux que les hommes, elles maîtrisent plus que ces derniers les titres liés au monde de l'enfance. *Pique-Plume* (Zoch, 1998), *Croque-Carotte*, *Dr Maboul*, *Cluedo*, *Puissance 4* (Hasbro, 1974), *Le Verger*, *Les incollables*, *Twister* (Hasbro, 1966) sont bien plus connus (pour avoir été pratiqués) par les femmes que par les hommes. À l'inverse, la culture ludique masculine est moins diverse et bien plus centrée sur les jeux entre adultes tels que le *Poker*, *Risk* (Hasbro, 1957), *Donjons et Dragons*, *Warhammer* ou *Magic* (ces pratiques, même de niche, sont surreprésentées chez les hommes). À travers cette polarité, on voit ici confirmé le rôle central des mères dans les pratiques familiales et dans la transmission du jeu de société auprès des enfants.

La passion pour les jeux

- 38 Si nous nous sommes attachés à décrire ici les deux principales formes sociales du jeu de société, en famille d'un côté et entre adultes de l'autre, l'analyse des publics et des pratiques serait tout à fait incomplète si nous n'analysions pas un ensemble, certes minoritaire, mais très engagé dans la pratique du jeu de société, médiatiquement visible, en particulier sur Internet, présents lors des conventions ou des salons, lecteurs de magazines, membres de forum dédiés : les passionnés, les amateurs, les « fans », les « ludistes », ou encore les « boardgamers », termes que l'on trouve parfois mobilisés par les joueurs eux-mêmes. Ces qualificatifs sont bien sûr discutables. Ils renvoient d'abord à la perception subjective qu'un enquêté peut avoir à l'égard d'une activité, sans nécessairement renvoyer à des critères objectifs précis tels que le temps ou l'argent consacré. Deux personnes peuvent en effet s'estimer « amatrices », « fans » ou « passionnées » d'un même produit culturel en présentant des modes de consommation radicalement différents. À l'inverse, des gens peuvent se déclarer peu intéressés par une activité et en consommer abondamment, la télévision par exemple, sur le mode de l'attention oblique.
- 39 Il s'agit là d'une difficulté générale observée dans les enquêtes sur les loisirs et les pratiques culturelles ; elle se pose de la même manière pour le jeu. Il ne suffit pas de jouer à des jeux de société ou à des jeux vidéo pour se reconnaître, et être reconnu comme, joueur (Fine, 2015). Dans l'enquête, nous ne posons pas de questions sur l'identité perçue des enquêtés, par crainte, en imposant l'image sociale de ce qu'est un joueur de jeux de société dans leur esprit, de les pousser à sous-estimer des pratiques qui, bien que peu légitimes, appartiennent bien à ce domaine. Cependant, nous pouvons reconstruire les profils des joueurs très engagés de deux manières. D'abord, nous disposons de variables renseignant certaines pratiques connexes au jeu, retenues parce

qu'elles témoignent d'un engagement et d'un intérêt particulier pour le jeu de société sans pour autant classer les acteurs en « fans ». Outre la fréquence de pratique, le nombre de jeux possédés à domicile, mais également les modes de consommation et d'usage constituent de tels indicateurs : jeu reçu en cadeau, consultation de site Internet dédiés au jeu de société, participation à des forums, lecture de la presse spécialisée, visite d'un salon ou d'une convention, fréquentation d'une boutique spécialisée, appartenance à un club, usages d'une ludothèque, possession d'un lieu ou d'un endroit dans le domicile dédié au jeu de société.

- 40 En employant ces indicateurs, on peut repérer un ensemble de joueurs investis selon différents niveaux : entre 2 % pour les engagements les plus rares (club, participation à des forums, visite de salons) et 20 % pour les indicateurs d'engagements plus fréquents (consultation de site ou visite d'un magasin spécialisé). Tout de même, 51 % de l'échantillon affirme avoir au moins l'une de ces pratiques, et près de 7 % en a au moins trois.

Tableau 8. Distribution des indicateurs d'engagement

A consulté un site Internet qui parle de jeux de société	24 %
Pratique le jeu entre adultes au moins une fois par mois	22 %
A poussé la porte d'un magasin spécialisé dans le jeu de société	21 %
A reçu en cadeau un jeu de société	13 %
A lu un magazine ou un livre sur les jeux de société	8 %
Possède plus de 20 jeux	7 %
Dispose d'un ieu dédié à domicile	5 %
Fréquente une ludothèque	5 %
A participé à un festival ou une convention liée au jeu de société	2 %
Appartient à un club de jeu	1,7 %
A participé à un forum de discussion sur les jeux de société	1,6 %

Champ : Ensemble des enquêtés (N = 2582)

Lecture : 24 % des enquêtés ont consulté un site internet qui parle du jeu de société dans l'année écoulée.

Source : Enquête « Cultures et pratiques ludiques en France : le cas des jeux de société » (Ludenquête), 2017, ELIPSS/CDSP.

- 41 Cependant, si l'analyse par les modes d'engagement visait à repérer les passionnés de jeux de plateau, elle confond largement avec ceux-là d'autres formes d'engagements, notamment celles des jeunes parents les plus investis dans les pratiques ludiques de leurs enfants, dont la pratique entre adultes est donc faible, et qui ne correspondent pas à ce titre à l'image des passionnés ; ou encore, pour des critères comme l'appartenance à des clubs, la place des jeux dans les loisirs d'une partie des seniors

(Bickel et al., 2005), du fait du développement d'une offre de jeu dans les associations du troisième âge ou dans les établissements d'accueil (Desmulier et al., 2003). Ce sont toutefois les plus jeunes qui cumulent le plus de critères d'engagements.

- 42 Pour repérer les joueurs et les joueuses particulièrement investis et passionnés, et la forme sociale du jeu qui leur correspond, une deuxième façon d'objectiver les engagements est de regarder non pas les pratiques connexes aux jeux de société, mais d'analyser les titres connus et en les classant selon leur familiarité (c'est-à-dire la proportion de l'échantillon ayant une expérience de première main des jeux) : jeux de masse (connus pour avoir été pratiqués à plus de 50 % par les enquêtés), jeux intermédiaires (entre 10 et 50 %) et jeux de niche (moins de 10 %). Nous excluons ici les jeux strictement adressés aux enfants.

Tableau 9. Classification des jeux par familiarité

Jeux de masse (connus pour avoir été pratiqués à plus de 50 %)	Jeux intermédiaires (entre 11 et 50 %)	Jeux de niche (10 % et moins)
<i>Monopoly</i>	<i>Risk</i>	<i>Magic</i>
<i>Dames</i>	<i>Twister</i>	<i>Warhammer</i>
<i>Scrabble</i>	<i>Jungle Speed</i>	<i>Carcassonne</i>
<i>Dominoes</i>	<i>Time's Up</i>	<i>Quarto</i>
<i>Petits chevaux</i>	<i>Awélé</i>	<i>Dixit</i>
<i>Échecs</i>	<i>Le Go</i>	<i>Colons de Catane</i>
<i>Belote</i>	<i>Les incollables</i>	<i>Time Line</i>
<i>Tarot</i>	<i>Donjons et Dragons</i>	<i>Diplomacy</i>
<i>Trivial Pursuit</i>	<i>Les loups Garous de Thiercelieux</i>	<i>Colt Express</i>
<i>Puissance 4</i>		<i>Puerto Rico</i>
<i>Poker</i>		<i>Loony Quest</i>
<i>Qui veut gagner des millions</i>		<i>Ricochet Robot</i>
<i>Docteur Maboul</i>		<i>Horreur à Arham</i>
<i>Bridge</i>		
<i>Backgammon</i>		

- 43 On constate alors que la pratique des jeux de niche – 32 % de l'échantillon a joué à au moins l'un de ces jeux – est concentrée chez les joueurs les plus jeunes, les plus diplômés, plus souvent dans les filières scientifiques, et aux positions sociales les plus

élevées. De plus, l'analyse de leurs pratiques culturelles, mesurées dans l'enquête « Pratiques médiatiques et technologies de l'information » du panel ELIPSS⁸ montre qu'ils tendent à cumuler les consommations culturelles et de loisirs, ce qui constitue un nouvel argument en faveur d'une approche des pratiques ludiques dans la continuité des pratiques culturelles en général (Donnat, 2009). Ils tendent ainsi à lire plus, en particulier des bandes dessinées, et à aller plus souvent au cinéma, mais aussi au musée et dans des expositions, que ceux qui ne pratiquent pas de jeux de niche. Leurs goûts cinématographiques s'orientent plus que la moyenne vers le cinéma de genre, épouvante, western, policier, animation, etc. Leurs goûts musicaux pour le hard rock et la musique métal confirment une association entre la culture ludique et les sous-cultures liées au merveilleux (Berry, 2012).

Conclusion : sommes-nous disposés à jouer ?

- 44 L'exploration des données de l'enquête « Cultures et pratiques ludiques en France » montre que les jeux de société sont une pratique culturelle loin d'être résiduelle. Elle concerne plus de huit français sur dix, de tous milieux sociaux (avec une importance plus grande dans les classes moyennes et supérieures) et, pour un quart d'entre eux, il s'agit d'une pratique au moins mensuelle. Derrière cette large description, il faut cependant distinguer au moins trois formes sociales non-exclusives d'activités : les pratiques en famille, les pratiques ordinaires entre adultes qui se définissent par leur caractère occasionnel autour de titres largement connus et diffusés, et les pratiques des passionnés qui se singularisent par une fréquence importante et par la connaissance de la diversité des titres, y compris de niche. Les premières sont plus socialement situées, en termes de pratiques effectives, mais surtout de fréquences. On mesure ainsi des écarts de genre, d'âge des enfants, de diplôme et de milieu social. On pourrait ainsi dire, en forçant le trait, que c'est du côté des mères diplômées des classes moyennes et supérieures que les pratiques sont les plus fréquentes. La pratique du jeu de société confirme non seulement le rôle des mères dans les activités culturelles et de loisirs des enfants (Octobre et al., 2018), mais aussi les effets du capital culturel dans la structuration des loisirs.
- 45 La deuxième forme sociale, les pratiques entre adultes, est plus également distribuée dans la population, mais prend des modalités différentes selon la position sociale. Si les classes moyennes, en volume d'activité, apparaissent ici encore comme les plus concernées, les écarts entre milieux sociaux s'estompent en termes de fréquence. Du côté des pratiques populaires de jeux de société, elles sont plus rares, mais sont plus soutenues qu'ailleurs tandis que les classes moyennes et supérieures ont des pratiques entre adultes plus occasionnelles. En croisant ces deux formes sociales, apparaît une valorisation socialement différenciée du jeu de société : pour les classes moyennes et surtout supérieures, il s'agit d'une pratique plus légitime, valorisée et fréquente lorsqu'elle est familiale et à destination des enfants.
- 46 Si les écarts de pratique et de fréquence sont limités, les différences sont plus nettes sur les genres, les titres connus et/ou sur les expériences de jeu (avoir joué à tel titre au moins une fois dans sa vie). Comme le met en évidence le test de culture ludique, le modèle de l'éclectisme fonctionne relativement bien pour expliquer et comprendre la distribution des pratiques du jeu de société. Les niveaux de diplôme et les milieux sociaux sont fortement liés à la connaissance de la diversité du monde du jeu, jusque

dans les domaines ludiques que l'on pense souvent comme populaires. Ainsi, dans le cas de la *Belote*, associée dans l'imaginaire aux milieux modestes, à l'image de la partie de manille de Marcel Pagnol, elle est surreprésentée dans les milieux populaires comparativement à d'autres pratiques, mais elle demeure plus souvent pratiquée par les personnes de milieux favorisés (bien qu'elles soient encore plus nombreuses à jouer au tarot) ainsi que par les étudiants.

- 47 La distinction que nous avons opérée entre pratiques familiales et adultes, au regard des milieux sociaux, ne doit pas masquer une variable centrale dans l'analyse et fortement explicative des disparités de pratiques et de cultures ludiques : l'âge. Comme pour d'autres loisirs, le jeu vidéo par exemple, le jeu de société est fortement lié aux périodes de la vie. Du côté des pratiques familiales, l'âge de l'enfant est une variable majeure qui voit le jeu de société occuper une place importante entre 3 et 12 ans, et se réduire nettement avec l'adolescence pour réapparaître au moment des études post-bac, mais sous une forme « entre pairs ». La période des études et l'entrée dans la vie active des jeunes adultes sont des moments importants de pratiques de jeu de société et de réactivation du goût. Par ailleurs, contrairement au jeu vidéo, les pratiques de jeu de société apparaissent comme plus durables dans le temps ou du moins les ruptures sont moins brusques (Coavoux & Gerber, 2016). Si la pratique entre adultes baisse progressivement, elle se maintient au cours des âges. Parfois soutenue ou réactualisée par les pratiques en clubs pour le troisième âge, la durabilité des pratiques du jeu de société entre adultes tient pour partie aux sociabilités internes qu'il engage : des parents, des proches et des amis.
- 48 Si l'analyse par âges permet de suivre et de comprendre l'évolution des pratiques de jeu de société, elle met également en évidence une forme de rupture générationnelle et témoigne d'un moment de transformation culturelle du jeu de société au tournant des années 1980. L'offre croissante à partir de cette décennie, mais aussi l'invention de nouvelles formes ludiques ainsi que la fictionnalisation des univers de jeu qui empruntent abondamment à la fantasy et à la science-fiction à l'image de *Donjons et Dragons* (1974) ou de *Rencontres Cosmiques* (Edge, 1977), ont marqué une génération dont une partie s'est socialisée avec et à travers ce « nouveau régime du jeu de société », pour reprendre l'expression de Gilles Brougère (2003) à propos du jouet.
- 49 Cette rupture générationnelle et cette appropriation culturelle se traduisent non seulement par une connaissance de la diversité du monde du jeu bien plus grande par les générations ayant grandi dans les années 1980 et par les suivantes, mais aussi par l'apparition d'une frange de joueurs jeunes et adultes, passionnés ou particulièrement investis. Souvent issu des classes moyennes et supérieures, diplômés, de culture plus souvent scientifique, consommateur de loisirs, ce public de « *boardgamers* » participe aux conventions, consulte une presse spécialisée et défend dans une certaine mesure la valeur culturelle du jeu de société. A la rencontre entre ces trois formes sociales de pratique (familiale, entre adultes et de passionnés), on peut ainsi qualifier le jeu de société « d'art moyen » (Bourdieu, 2003) dans la mesure où il s'agit d'abord d'une pratique de classe moyenne autour de laquelle gravitent des publics divers selon des modalités diverses.
- 50 Notre approche strictement quantitative ne permet pas de décrire dans le détail l'expérience du jeu. Elle permet de dessiner à grands traits les ensembles de pratiques et les tendances qui structurent les engagements dans le jeu de société sans jamais pouvoir restituer pleinement la complexité des profils et des usages. Elle met

cependant en évidence l'importance du jeu dans le paysage culturel et invite en ce sens, au même titre que le cinéma, la télévision, ou le jeu vidéo, à développer d'autres recherches sur le jeu de société, domaine relativement marginal en sciences sociales, mais dont on mesure à travers cette enquête l'importance.

- 51 Si cette recherche permet en effet de renseigner les sciences du jeu et plus généralement la sociologie des loisirs et des pratiques culturelles, elle souligne le caractère socialement construit de la culture ludique. Les études sur le jeu, dans ses développements théoriques divers, voient le jeu tantôt comme une disposition innée chez l'enfant (et l'humain) tantôt comme un dispositif, un objet technique ou un instrument, dont les propriétés suffisent à expliquer l'engagement du joueur dans son jeu. Or, ce que met précisément en évidence cette recherche est que tout le monde ne joue pas, ni ne joue aux mêmes jeux : les dispositions et les disponibilités à jouer sont socialement situées. Cette perspective invite, dans le champ de l'éducation par exemple, à considérer que l'usage d'un jeu dans une situation d'apprentissage suppose une compréhension préalable de la culture ludique des apprenants. Créer, adapter ou utiliser un jeu de société en classe, aussi pertinente et légitime que soit l'approche, présente toujours le risque d'ajouter une couche de complexité à l'enseignement visé, par des mécaniques, des règles, des univers, que les élèves ne maîtrisent pas tous ni de la même façon. La culture ludique est un capital culturel dont les individus sont inégalement dotés.
- 52 Nous avons traité au cours de cet article de certaines formes sociales du jeu de société. Elles mériteraient bien sûr d'être étudiées plus en détail, celle des seniors, celles entre conjoint(e)s ou encore au sein de la fratrie. De la même façon, une analyse plus fine des sociabilités et des pratiques passées et présentes autour du jeu (ce que permet de mesurer l'enquête) sera à mener pour mieux comprendre la façon dont se constitue une trajectoire ou une « carrière » de joueur de jeu de société et comment se fabrique un « gout ». Cette perspective supposera une étude plus fine du test de culture ludique et des variables du questionnaire orientées sur le « désir » de jouer ou de rejouer. Il ne s'agirait donc plus de savoir, comme ici, « qui joue au *Monopoly* ? » (tout le monde ou presque), mais plutôt de savoir qui a vraiment envie « d'y jouer ou d'y rejouer » ?

BIBLIOGRAPHIE

BERRY V. (2012). *L'expérience virtuelle. Jouer, vivre, apprendre dans un jeu vidéo*. Rennes, Presses Universitaires de Rennes.

BERRY V. (2017). « Le renouveau du jeu de société », *Revue des livres pour enfants*, 300, p. 124-129.

BERRY V., COAVOUX S., & TER MINASSIAN H. (2020, à paraître). « Les Français et les jeux. Un état des lieux », in E. Duwez & P. Mercklé (dirs.), *Un panel français. L'Étude longitudinale par internet pour les sciences sociales*. Paris, INED Éditions.

- BERRY V., & ROUCOUS, N. (2020). « Conception et édition de jeux de société : Étude du secteur (de niche) et trajectoires professionnelles », *Sciences du jeu*, 13. <https://journals.openedition.org/sdj/2732>
- BICKEL J.-F., LALIVE D'EPINAY C., & VOLLENWYDER N. (2005). « Changement et continuité dans les loisirs. Une comparaison de cohortes », *L'année sociologique*, 55, 1, pp. 129-169.
- BORZAKIAN M. (2010). « Géographie ludique de la France. Approche spatiale des pratiquants et des fédérations des jeux institutionnels ». Thèse de doctorat de l'Université Paris-Sorbonne
- BOURDIEU P. (1979). *La distinction. Critique sociale du jugement*. Paris, Minuit.
- BOURDIEU P. (2003). *Un art moyen. Essai sur les usages sociaux de la photographie*. Paris, Minuit.
- BROUGÈRE G. (2003). *Jouets et compagnie*. Paris, Stock.
- BROUGÈRE G. (2012). « La culture matérielle enfantine entre le cute et le cool », *Strenæ. Recherches sur les livres et objets culturels de l'enfance*, 4. <https://journals.openedition.org/strenae/776>
- BROUGÈRE G. (2021 [1979]). « Des jeux et des sociétés » *Sciences du jeu* 14, ce numéro.
- BRUNO P. (1993). *Les jeux vidéo*. Paris, Syros.
- COAVOUX S., & GERBER D. (2016). « Les pratiques ludiques des adultes entre affinités électives et sociabilités familiales », *Sociologie*, 7, 2, pp. 133-152.
- DAUPHRAGNE A. (2008). « Dynamiques ludiques et logiques de genre : les univers de fantasy », in G. Brougère (dir.) *La ronde des jeux et des jouets*. Paris, Autrement, pp. 43-57.
- DESMULIER D., POLFLIET M., & RAUSCHER J.-B. (2003). « La sociabilité des retraités. Une approche statistique », *Terrains & Travaux*, 5, 2, pp. 151-164.
- DONNAT O. (2009). *Les pratiques culturelles des français à l'ère numérique. Enquête 2008*. Paris, La Découverte.
- DUMAZEDIER J. (1962). *Vers une civilisation du loisir ?* Paris, Le Seuil.
- FINE G. A. (2015). « Organiser les mondes de loisir. La mobilisation des ressources », *Tracés*, 28, pp. 157-182.
- FORSÉ M. (1981). « La sociabilité », *Économie et statistique*, 132, pp. 39-48.
- GALLAND O. (2017). *Sociologie de la jeunesse*. Paris, Armand Colin.
- KLINE S. (1996). *Out of the garden: toys, TV, and children's culture in the age of marketing*. London, Verso.
- MAUGER G., & POLIAK C. F. (1998). « Les usages sociaux de la lecture », *Actes de la recherche en sciences sociales*, 123, pp. 3-24.
- OCTOBRE S. (2006). « Les loisirs culturels des 6-14 ans. Contribution à une sociologie de l'enfance et de la prime adolescence », *Enfances, Familles, Générations*, 4, pp. 1-28, mai.
- OCTOBRE S., BERTHOMIER N., & FACQ F. (2018). « La primo-socialisation culturelle durant la première année de la vie à travers l'enquête ELFE », *Revue de l'OFCE*, 156, pp. 43-76.
- OSGERBY B. (2002). « A Caste, a Culture, a Market : Youth, Marketing and Lifestyle in Postwar America », in R. Strickland (dir.), *Growing Up Postmodern: Neoliberalism and the War on the Young*. Lanham, Rowman & Littlefield, pp. 15-33.
- PASQUIER D. (2005). *Cultures lycéennes. La tyrannie de la majorité*. Paris, Autrement.

- PETERSON J. (2012). *Playing at the world: a history of simulating wars, people and fantastic adventures, from chess to role-playing games*. San Diego, Unreason Press.
- PETERSON R. A., & SIMKUS A. (1992). « How Musical Tastes Mark Occupational Status Groups », in M. Lamont & M. Fournier (eds.), *Cultivating differences. Symbolic boundaries and the making of inequality*. Chicago, University of Chicago Press, pp. 152–168.
- RUFAT S., TER MINASSIAN H., & COAVOUX S. (2014). « Jouer aux jeux vidéo en France. Géographie sociale d'une pratique culturelle », *L'Espace géographique*, 43, 4, pp. 308–323.
- SHIVELY J. (1992). « Cowboys and Indians. Perceptions of western films among American Indians and Anglos », *American Sociological Review*, 57, 6, pp. 725–734.
- TRÉMEL L. (2001). *Jeux de rôles, jeux vidéo, multimédia. Les faiseurs de mondes*. Paris, Presses Universitaires de France.
- WOLFENSTEIN M. (2010). « The Emergence of Fun Morality », *Journal of Social Issues*, 7, 4, pp. 15–25.
- ZABBAN V., PINEROS N., & ROUX T. (2020). « Un « âge d'or » tiré par la demande ? Financement participatif et engagement des consommatrices et consommateurs dans l'essor du secteur du jeu de société », dans ce numéro, *Sciences du jeu*, 14.

NOTES

1. Source : NPD Group, Consumer Panel 2019, dans *la Revue du jouet*, 13/12/2019. URL : <https://www.larevuedujouet.fr/article/faites-vos-jeux.53239>
2. Vincent Berry, Samuel Coavoux, Hovig Ter Minassian, équipe ELIPSS [auteurs] : « Cultures et pratiques ludiques en France : le cas des jeux de société » (2017), Fondation Nationale des Sciences Politiques (FNSP), Centre de Données Socio-Politiques (CDSP) [diffuseur], Version 0.
3. ELIPSS est un panel internet représentatif de la population résidant en France métropolitaine. Les répondants sont sollicités tous les mois par des enquêtes élaborées par des chercheurs à l'aide d'une tablette et d'un abonnement internet mobile mis à leur disposition. L'enquête annuelle permet de collecter et actualiser les informations démographiques et socio-économiques. Les données du panel ELIPSS ont été produites par le Centre de données socio-politiques, CDSP, Sciences Po/CNRS, dans le cadre de l'équipement d'excellence DIME-SHS financé par une aide de l'Etat gérée par l'Agence Nationale de la Recherche au titre du programme Investissements d'avenir portant la référence ANR-10-EQPX-19-01. Plus d'informations sur le panel ELIPSS sont disponibles sur le site : <http://quanti.dime-shs.sciences-po.fr/>
4. Nous reprenons ici les analyses de Gilles Brougère (2012) sur l'adressage du jeu et du jouet, c'est-à-dire à la façon dont un produit ludique vise un destinataire. L'adressage est ici considéré à partir de la boîte (indication d'âge, photos s'il y en a des joueurs) et de la promotion (discours, âge indiqué et/ou images et vidéo des joueurs).
5. Nous avons agrégé ici les catégories : « Jeux de cartes traditionnels : belote, tarot, etc. », « Jeux de damier ou tablier traditionnels : Dames, Échecs, Backgammon, etc. », « Jeux de cartes avec mises : Poker, Black Jack, Baccara, etc. », « Jeux de plateaux : Monopoly, Trivial Pursuit, Cluedo, Uno, Colons de Catane, etc. », « Jeux de carte à collectionner : Magic, Pokémon, Yu-gi-oh, etc. », « Jeux de figurines : Warhammer, Star Wars Armada, Battlelore, etc. », et « Jeux de rôles sur table : Donjons et Dragons, L'appel de Cthulhu, Pathfinder, Vampire, etc. »
6. Une question ouverte demandait : « Pouvez-vous citer un jeu de société auquel vous avez le plus souvent joué avec votre ou vos enfants au cours des 12 derniers mois ? ». Après recodage, les 10 premiers titres emportent plus de 50 % des réponses.

7. Une question ouverte demandait : « Pouvez-vous citer un jeu de société auquel vous avez le plus souvent joué entre adultes au cours des 12 derniers mois ? ». Après recodage, les 10 premiers titres emportent 69 % des réponses

8. Philippe Coulangeon, Olivier Donnat, Pierre Mercklé, équipe ELIPSS [auteurs] : Pratiques culturelles, médias et technologies de l'information – vague 2 (2015) [fichier électronique], Fondation Nationale des Sciences Politiques (FNSP) [producteur], Centre de Données Socio-Politiques (CDSPP) [diffuseur], Version 1

RÉSUMÉS

En s'appuyant sur les résultats d'une enquête par questionnaire, cet article analyse la place des jeux de société dans les loisirs de la population française adulte. Il vient ainsi combler une lacune de la sociologie de la culture, qui ignore le plus souvent les jeux, montrant que la distribution des pratiques ludiques suit des logiques similaires à celles d'autres pratiques culturelles, tout en s'en distinguant notamment par la centralité de la configuration familiale. Effectuée en 2017 auprès d'un échantillon représentatif de la population française adulte (n = 2582) via le panel permanent ELIPSS, l'enquête mesure les modalités de la pratique (genres, jeux, partenaires, fréquence, lieux) ainsi que la connaissance des jeux. L'article examine systématiquement la distribution des pratiques par âge, configuration familiale, genre, et position sociale. Il met en évidence la coexistence de trois formes sociales du jeu : le jeu en famille, les pratiques ordinaires entre adultes, et les pratiques de passionnées.

Drawing on the results of a survey, this article analyzes the place of board games in the French adult population leisure. There is a lack of such work in the sociology of culture, which often ignores game. The article shows that the distribution of play practices is akin to that of other forms of cultural participations, except on such dimensions as family configurations. Carried out on a representative sample of the French adult population (n=2582) via the ELIPSS permanent panel, the 2017 survey measures the modalities of practice (genres, games, partners, frequency, locations) as well as knowledge of board games. The article systematically examines the distribution of play practices along age groups, family configurations, gender and socio-economic background. It highlights three social forms of play, family play, ordinary adult play, and game enthusiasts.

INDEX

Keywords : board game, leisure, cultural practices, audiences, culture, game, play

Mots-clés : jeu de société, loisir, pratiques culturelles, publics, culture, jeu

AUTEURS

VINCENT BERRY

Experice, Université Sorbonne Paris Nord

SAMUEL COAVOUX

Laboratoire SENSE, Orange Labs / Centre Max Weber