

Table des matières

Introduction. Le capitalisme gamifié.	1
Stéphane LE LAY, Emmanuelle SAVIGNAC, Jean FRANCES et Pierre LÉNEL	
Chapitre 1. Paradoxes de la gamification	7
Gilles BROUGÈRE	
1.1. <i>Game</i> et <i>play</i>	7
1.2. Gamification comme déconstruction du jeu.	9
1.3. Contenus et éléments ludiques	10
1.4. Gamification : une pratique ancienne	11
1.5. Extension de la notion de gamification	12
1.6. Langage ou réalité	14
1.7. Quelle existence pour le jeu ?	15
1.8. Contre-exemple du <i>flow</i> ou expérience optimale.	16
1.9. Gamification et question de cadre.	17
1.10. Hybrides et processus d'hybridation	19
1.11. Conclusion	20
Chapitre 2. Malaise dans la gamification : les mécaniques du jeu et la question de l'opérationnalité du jeu dans les textes de <i>game design</i>.	21
Emmanuelle SAVIGNAC	
2.1. Le contexte de la recherche et l'exposé méthodologique	23
2.2. Les <i>game mechanics</i> du point de vue du <i>game design</i>	25
2.2.1. Références et modèles convoqués	25
2.2.2. <i>Game mechanics</i> et approche du jeu en <i>game design</i>	26

2.2.3. Système, contrôle et conception du joueur	28
2.3. Les <i>game mechanics</i> du point de vue de la gamification et la question de la transposabilité des logiques de jeu dans des contextes de non-jeu . . .	30
2.3.1. La centralité de la question de l'engagement dans les textes de référence	31
2.3.2. L'approche des <i>game mechanics</i> par la gamification	35
2.3.3. La question de la transposabilité	40
2.4. Conclusion	42
2.5. Annexe : profil des auteurs du corpus	43
2.5.1. Répartition par discipline	44
2.5.2. Activité extra-académique.	44
2.5.3. Répartition géographique des auteurs	45
Chapitre 3. Aux origines du processus de gamification : le cas des sociétés préindustrielles	47
Élisabeth BELMAS	
3.1. Débuts d'une ludification des apprentissages	50
3.2. Gamification et civilisation des mœurs	53
3.3. Jeu, mathématiques et gamification : la scientification des sociétés modernes	57
3.4. Conclusion	61
Chapitre 4. Tableau de primes pour l'usage du pot ? Logiques et critiques de la prime éducation « gamifiée »	63
Victoria CHANTSEVA	
4.1. Dispositifs gamifiés de l'éducation à la « propreté »	67
4.2. « Victoires à court terme », « encore un échec » : les résistances à la gamification.	70
4.3. « C'est juste des stickers » : la « bonne parentalité » à la rescousse de la gamification.	72
4.4. Conclusion	76
Chapitre 5. Des techniques numériques de l'engagement ? De la « mise en données » à la « mise en jeu » des activités de quantification de soi	79
Éric DAGIRAL	
5.1. Les formats de la mise en jeu des données de <i>self-tracking</i>	82
5.1.1. Jouer la carte de la mise en jeu des données captées	82

5.1.2. Mettre en jeu des objectifs, notifier et focaliser l'attention	83
5.1.3. Récompenser pour motiver : scores, badges et challenges des systèmes	85
5.1.4. Rendre visible : comparaison, mise en partage et conversation à partir des activités	86
5.1.5. Scénariser les pratiques, proposer des pistes d'exploration	87
5.2. Produire l'engagement par et dans les dispositifs de quantification du soi	89
5.2.1. Les techniques de l'engagement, au carrefour de la psychologie comportementale, de la cybernétique et de la mise en données des personnes	89
5.2.2. Engager et maintenir l'utilisateur dans ses capteurs	91
5.2.3. Se quantifier pour se jouer de soi ?	92
5.3. Conclusion	94

Chapitre 6. La « gamblification » de la vie ou l'extension du domaine des jeux d'argent : paroles de joueurs passionnés en France et en Belgique

Aymeric BRODY

6.1. Enquêter auprès des joueurs et recueillir leurs récits de vie	99
6.2. Concept de gamblification	100
6.3. Pour une définition élargie du concept	102
6.4. Quelques limites à l'élargissement du champ du concept	103
6.5. Un envahissement de la vie par le jeu ?	104
6.6. Développement des jeux d'argent	106
6.7. Le cas des joueurs amateurs de poker	107
6.8. Le cas des joueurs dits compulsifs	113
6.9. Conclusion	118

Chapitre 7. Politique et jeux vidéo : élections présidentielles et gamification des mobilisations partisans

Éric TREILLE

7.1. La gamification militante ou les partis politiques hors jeu	123
7.1.1. Des candidats <i>geeks</i> malgré eux	123
7.1.2. À travers le public des gamers, viser un secteur économique et ses salariés	127
7.2. La gamification du militantisme ou le management politique par le jeu	130
7.2.1. François Bayrou en 2011 ou le précurseur moqué	130

7.2.2. Hillary Clinton en 2016 ou l'accélération de la managérialisation du politique	132
7.2.3. Une américanisation en trompe-l'œil des applications ludiques dans la vie politique française	134
7.3. Conclusion	135

**Chapitre 8. *Datagames* : questionnements autour
du critère improductif du jeu 137**

Julian ALVAREZ

8.1. Introduction.	137
8.2. <i>Serious game</i> et gamification	140
8.2.1. Concept de <i>serious game</i> (jeu sérieux)	140
8.2.2. Concept de gamification	142
8.3. <i>Datagames</i> : approche et apports	145
8.3.1. Concept de <i>datagame</i>	145
8.3.2. Concept de <i>crowdsourcing</i>	146
8.3.3. <i>Datagames</i> : un apport direct pour le joueur ?	146
8.3.4. <i>Datagames</i> : une redistribution des gains directs aux joueurs ?	148
8.3.5. Différents types de <i>datagames</i>	149
8.3.6. Cas du jeu avec redistribution des données uniquement	150
8.3.7. Collectes active et passive.	152
8.3.8. Inventaire des différents types de <i>datagames</i>	153
8.4. Conclusion	154

Bibliographie 157

Liste des auteurs. 179

Index 181