

# Table des matières

<b>Introduction. Le capitalisme gamifié.</b> . . . . .	1
Stéphane LE LAY, Emmanuelle SAVIGNAC, Jean FRANCES et Pierre LÉNEL	
<b>Chapitre 1. Paradoxes de la gamification</b> . . . . .	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
<b>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>.</b> . . . . .	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
<b>Chapitre 3. Aux origines du processus de gamification : le cas des sociétés préindustrielles . . . . .</b>	<b>47</b>
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
<b>Chapitre 4. Tableau de primes pour l'usage du pot ? Logiques et critiques de la prime éducation « gamifiée » . . . . .</b>	<b>63</b>
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
<b>Chapitre 5. Des techniques numériques de l'engagement ? De la « mise en données » à la « mise en jeu » des activités de quantification de soi . . . . .</b>	<b>79</b>
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**