



HAL
open science

La Gamification, promesse de réenchantement du monde ?

Claire Siegel

► **To cite this version:**

Claire Siegel. La Gamification, promesse de réenchantement du monde ?. Colloque Homo Ludens du 21e siècle, RIRRA 21 et LIRMM, Nov 2015, Montpellier, France. 10.21409/HAL-01649220 . hal-01815477

HAL Id: hal-01815477

<https://hal.science/hal-01815477v1>

Submitted on 14 Jun 2018

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

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

La *Gamification*, promesse de réenchantement du monde ?

< Claire Siegel¹ >

¹RIRRA 21
Univ Paul Valéry Montpellier 3
Laboratoire EA 4209
MCF en Arts plastiques
F34000, Montpellier, France
claire.siegel@univ-montp3.fr

< **RÉSUMÉ** >

Cet article se propose de revenir sur le phénomène de *gamification* et sur ses promesses pour améliorer et « réenchanter » la société contemporaine. L'hypothèse explorée est que la *gamification* porte en elle la promesse d'une « société du jeu total ». Elle constitue un point d'entrée permettant d'analyser quelles fonctions sont attribuées au jeu aujourd'hui tout en se faisant le miroir des valeurs de la société postmoderne et néolibérale. La *gamification* offre une visibilité inédite sur les tensions politiques, culturelles, et économiques de l'époque contemporaine. Plus encore, sa place au cœur des sociétés contemporaines, qu'elles soient occidentales ou orientales, l'inscrit comme un moteur dans la perpétuation et la construction des mentalités d'un *Homo Ludens* du 21^e siècle. Cette idée est explorée à travers les discours de Jane McGonigal et de différentes mises en applications de la *gamification* (*WeeAkt*, *Nike+*, *Innov8*).

< **ABSTRACT** >

This article aims to return to the phenomenon of gamification and its promises of improving and "re-enchanting" contemporary society. The hypothesis explored is that gamification carries with it the promise of a "total game society". Gamification constitutes an interesting way to analyze what functions are attributed to the game today. It also reflects the values of postmodern and neoliberal society. Gamification offers unprecedented visibility on the political, cultural, and economic tensions of the contemporary era. Moreover, its place at the heart of contemporary societies, whether Western or Eastern, inscribes it as a driving force in the perpetuation and construction of a Homo Ludens' conception in the 21st century. This idea is explored through Jane McGonigal's theories and various applications of gamification (WeeAkt, Nike+, Innov8).

< **MOTS-CLES** >

Gamification, Jane McGonigal, ludologie, sociocritique, jeux, jeux video, WeeAkt, Nike+, Innov8, postmodernisme, néolibéralisme.

< **KEYWORDS** >

Gamification, Jane McGonigal, ludology, sociocriticism, games, video games, WeeAkt, Nike+, Innov8, postmodernism, neoliberalism.

1. Introduction : les enjeux d'une recherche sur la *gamification*

Le terme de « *gamification* » est un terme anglais, conservé dans cette analyse, et ce pour deux raisons. Tout d'abord, la *gamification* est un mot qui ne trouve pas d'équivalent en français. Sa déconstruction étymologique traduit une définition du jeu, celle de la structure, de la règle du jeu, en comparaison avec d'autres tendances comme celle, par exemple, de la *playification*¹ qui elle met l'accent sur le jeu libre, et l'attitude ludique de sa cible. Également, la « *Gamification* » traduit un mouvement, un courant, qui englobe des partisans et des productions fictionnelles en manipulant des formes potentiellement artistiques. En cela, le terme est conservé en ce qu'il reste fidèle à l'appellation que se donne ce courant. Conserver cette terminologie n'empêche en rien de venir démystifier les enjeux idéologiques qui se nichent derrière ses lettres.

La *gamification* peut apparaître comme une chose simple à définir. L'ensemble de ses prédicateurs s'attache à reprendre la formule explicite de Sebastien Deterding « l'utilisation d'éléments de conception de jeux dans des contextes de non-jeu » (2010). Pourtant comme l'illustre l'ouvrage *The Gameful World* (Waltz, Deterding, 2015), la *gamification* possède de multiples facettes qui excèdent le cadre purement fonctionnaliste de cette définition. Le parti est ici, plutôt de considérer la *gamification* comme l'expression d'une « dissémination » du jeu dans l'ensemble des activités humaines. Le terme de dissémination est proposé par Michel Lavigne (2014). Il trouve une meilleure adéquation car il permet d'interroger la manière dont le jeu vient habiller et progressivement transformer nos moyens d'actions dans des domaines aussi variés que la santé, l'éducation, le travail, la culture, etc².

¹ La playification met l'accent sur le caractère affranchi, innovateur et créatif d'une attitude, d'un état d'esprit ludique, permettant de penser librement en dehors des normes habituelles. On retrouve la trace de ce terme dans certains discours peu documentés, comme par exemple au *V21 Summit* en 2014 ou du *TKWM* en 2014 (*The Kids Want Mobile*) lors de la conférence de la conceptrice Willow Tyrer Mellbratt.

² Afin de préciser le propos, si l'intitulé du colloque rapproche jeux vidéo et santé, il n'est pas ici question de traiter en particulier du domaine e-santé tel qu'on le retrouve dans le cadre de jeux vidéo thérapeutique. Bien que celui-ci soit en adéquation avec une partie des propos qui sont tenus dans cet article, santé est ici entendue dans un sens plus large comme le propose l'appel à communication, un sens psychanalytique, visant à s'interroger sur les malaises civilisationnels que peut expérimenter l'*Homo Ludens* du 21^e siècle.

Peu de ses praticiens considèrent la *gamification* comme un processus historique. La plupart s'appuie sur des anecdotes permettant de légitimer leur pratique en lui conférant ainsi une ancienneté³. Ici, si la forme synthétique adoptée peut donner la même impression, la méthodologie utilisée diffère de cette idée : la *gamification* est analysée non pas comme un « phénomène » récent ou ayant quelques occurrences historiques mais comme un « processus ». Ses enjeux ne peuvent être compris qu'en tenant compte de l'histoire des jeux. Ainsi, si le point de vue développé s'accorde avec l'idée que la *gamification* n'est pas récente, il est nécessaire de ne pas l'observer uniquement à l'orée de la définition hégémonique et contemporaine des jeux, à savoir celle du divertissement.

Le jeu, dans son développement historique, a toujours eu des fonctions qui dépassaient celle du divertissement. Ces fonctions sont idéologiques, que celles-ci soient éducatives, propagandistes, ou encore expérimentales dans le cadre du développement de stratégies militaires ou encore de mises en situation au travail. Sans entrer dans le détail, le postulat de départ de cette analyse s'appuie sur une recherche préalable permettant d'établir que les jeux se sont les vecteurs de représentations et de structures qui témoignent d'un esprit du temps, d'un bain culturel et politique, à partir duquel ils voient le jour. Par conséquent, les jeux en tant que formes plastiques sont l'agrégation de valeurs, d'idées, qui vont se manifester par leurs représentations visuelles, mais aussi par leurs représentations structurelles. À l'intérieur même des règles définies se manifestent des rhétoriques propres à leurs auteurs, propres à leurs époques. À titre d'exemple, il suffit de prendre un simple jeu de 54 cartes pour en identifier les figures dominantes. Lors de sa diffusion en Europe, à partir du 15^e siècle, le jeu de 54 cartes s'habille des représentations

³ À titre d'exemple, il est possible de citer la référence à L'Histoire d'Hérodote faite par Jane McGonigal (2011), ou bien encore celle à Napoléon par Gabe Zichermann dans *The Gamification Revolution* (2013).

politiques en vigueur, monarchiques, à l'effigie du Roi, de la Reine et du Valet (Siegel, 2014).



Figure 1. Piquet de Charles VII, parfois nommé « Coursube », Lyon (?), début du 16^e siècle, feuille de 10 figures (image tronquée) gravures sur bois coloriées au pochoir, BnF.

Si les cartes permettent une souplesse dans les règles posées par les multitudes de jeux qu'elles proposent, ces figures sont majoritairement des atouts forts conduisant le joueur qui les possède à gagner la partie. Il est tout aussi possible de constater cette même idée avec le jeu d'échec connaissant une restructuration et une redéfinition de ses pièces lors de son arrivée en Occident (Pastoureau, 2012). Les jeux et les jouets apparaissent, par conséquent, comme des « marqueurs anthropologiques » et politiques (Trémel, Fortin, 2009).

En suivant cette ligne directrice, et compte tenu du fait que la *gamification* s'impose d'après une définition du jeu où la règle est d'or, ce courant devient lui aussi vecteur de représentations principalement structurelles. La *gamification* constitue dès lors un point d'entrée pertinent, depuis son développement fulgurant à partir des années 2010, sur les préoccupations et les mentalités de l'individu du 21^e siècle. Elle permet d'analyser quelles fonctions sont attribuées au jeu aujourd'hui, tout en se faisant le miroir des valeurs de la société postmoderne. L'enjeu de cette recherche est donc double. La *gamification* offre une visibilité inédite sur les tensions politiques, culturelles, et économiques de l'époque contemporaine. Plus encore, sa place au cœur des sociétés

contemporaines, qu'elles soient occidentales ou orientales, l'inscrit comme un moteur dans la perpétuation et la construction des mentalités d'un *Homo Ludens* du 21^e siècle. L'aboutissement actuel de ce processus de disséminations ludiques, par incorporation et répétition de mécaniques de jeu spécifiques et hégémoniques, entretient et traduit l'apogée du néolibéralisme.

Pour traiter de ce double enjeu et de ce lien entre jeux vidéo et santé, cette recherche s'articule en trois temps. Tout d'abord, il apparaît nécessaire de se plonger dans les discours les plus construits revendiquant ce réenchantement du monde que promet la *gamification*. Bien que son auteur s'en défende, l'ouvrage *Reality Is Broken* de Jane McGonigal est le plus illustratif des ambitions et du rôle de ces disséminations ludiques. Ensuite, c'est à travers quelques-unes des mises en application de la *gamification* que ses promesses peuvent être analysées depuis leurs formes concrètes. Enfin, en appuyant l'analyse critique sur ce discours emblématique et ces exemples caractéristiques, l'objectif est dans une dernière partie de mettre en exergue les valeurs véhiculées par la *gamification*, et les conséquences de cette tendance sur l'individu contemporain.

2. La réalité est malade ? Il faut la soigner !

Jane McGonigal est docteur en philosophie spécialisée dans les *performances studies*. Elle est aussi une conceptrice de jeux vidéo qui fait autorité dans le milieu, et particulièrement dans le domaine des *Games For Change*⁴. Jane McGonigal a consacré un livre à la *gamification* qui s'intitule *Reality is broken, Why games make us better and How they can change the world*, en d'autres termes « La réalité est cassée/malade, pourquoi les jeux nous rendent meilleurs et comment ils peuvent changer le monde ». Son livre est paru en 2011, moment où le mot *gamification* s'institue, et où émergent de nombreux de partisans de ce mouvement. Bien qu'elle s'en défende, Jane McGonigal apparaît comme grande prédicatrice de la *gamification*. Cette ambivalence est particulièrement intéressante car le positionnement de la philosophe traduit une

⁴ Pour information, les G4C (les jeux pour le changement sociétal) sont une association fondée en 2004 par Suzanne Seggerman (experte dans le domaine humanitaire et la défense des causes sociales par l'utilisation de média) et par Benjamin Stokes (docteur en philosophie de la communication). L'association a été créée lors du colloque « Serious Games : the non profit perspective » dans le but de créer des jeux ayant pour missions de prendre part à des causes humanitaires, pour changer le monde.

considération de la *gamification* à celle d'une simple « *pointification* » (Robertson, 2010). Son désaccord sur les procédés structurels récurrents et assez pauvres des mises en application de la *gamification* ne transcrit pourtant pas de différences fondamentales sur l'idéologie portée par ce courant. Faisant la promotion de jeux au design plus élaboré, Jane McGonigal ne perçoit pas dans la *gamification* les enjeux civilisationnels communs qu'elle contribue à mettre en place par ses ouvrages, interventions et créations.

Pourtant, la philosophe part d'un constat socio-politique sérieux. Pour elle, la « réalité » est malade, cassée, désenchantée. La réalité possède quelque chose d'intrinsèquement défaillant auquel il faut trouver une solution viable, un remède : le jeu. Ce constat s'appuie sur la recherche préalable qu'elle cite, de l'économiste Edward Castronova (2008). Il consiste à dire que les individus passent de plus en plus de temps dans des mondes numériques. Le 21^e siècle connaît un exode massif vers des mondes synthétiques. Le calcul est difficilement concevable : à échelle mondiale, ce sont trois milliards d'heures par semaine où s'absentent de la Terre 1, 775 millions d'individus (Étude sur « Le nombre de joueurs dans le monde en 2014 par région », de Newzoo et GlobalCollect)⁵. Selon Jane McGonigal, cet exode témoigne d'une maladie, d'un dysfonctionnement de la « réalité », d'un malaise que Jane McGonigal va présenter de la sorte :

*La réalité est insipide ; elle ne possède plus de ressorts motivationnels pour ses habitants. Elle est qualifiée de déprimante, sans optimisme. La réalité est désorganisée, improductive, sans espoir, et isole les individus les uns des autres. Elle enferme l'individu contemporain dans une boucle défaillante, faite soit de frustration, soit d'incompréhension, soit d'ennui.*⁶

Ce discours pessimiste n'a pas d'originalité particulière. Il constitue la trame de fond de nombreux dispositifs vidéoludiques et technologiques. Plus généralement, ce portrait postmoderne de la société contemporaine trouve des occurrences philosophiques avec la thèse du désenchantement du monde développée par Max Weber dans *L'Éthique Protestante et L'esprit du capitalisme* (1905). D'après Weber, le développement de l'âme du capitalisme engendre la disparition des

⁵ Il est notable qu'un comparatif sur les autres types de fictions, tels que la lecture ou le cinéma, n'est pas envisagé par ces deux auteurs.

⁶ Il s'agit de la traduction et d'une synthèse des principales critiques apparaissant dans son ouvrage.

pratiques religieuses et laisse place à l'avancée de la rationalité, qui va aujourd'hui primer sous la forme de la mesure, du calcul, de l'optimisation, de la maximisation et du profit. Face à ce constat, sans aucune assise conceptuelle, Jane McGonigal propose d'utiliser le jeu comme *la* solution à ce désenchantement du monde qui prend des allures numériques. Le jeu devient le remède à une réalité défailante, une potion magique qui va permettre de réenchanter le monde.

En contextualisant les propos de Jane McGonigal dans une totalité, cette proposition fait apparaître par déduction que toutes les instances sociales, politiques, culturelles et économiques échouent à devenir des boussoles de destinées pour les hommes. Seule une boussole technologique et ludique détiendrait, par son caractère séducteur, attractif, le pouvoir de rassembler et de motiver des millions d'individus, soit de « guérir » cette « réalité malade ».

Dans le fantasme de Jane McGonigal, le sacré est ranimé. Le jeu traduit ce parfait agent mystique et capitaliste à la fois. Il devient un bien pour la société, une source de productivité qui bénéficie tant aux institutions qu'à l'individu-joueur. Son projet de l'Ubicomp World (2007) traduit les mêmes ambitions que le projet utopique *Epcot* de Walt Disney à ses origines : un monde où la technologie est omniprésente et invisible, une sorte de village enchanté qui hérite des imaginaires des parcs d'attractions et des fêtes foraines. Par l'utilisation des procédés des ARG (Jeux en réalité alternée), Jane McGonigal propose de redéfinir le monde comme un terrain de jeu, augmenté de média, et de fictions, où tous les habitants deviennent des joueurs, pouvant ainsi incarner de nouveaux Olympiens (Morin, 1962) : des « super-héros » vivant des « aventures épiques », inspirés des MMORPG (Monde Massivement Multijoueur tel que *World of Warcraft* de Blizzard). Par le jeu, les individus seraient à nouveau fonctionnels au sein d'une réalité désertée. Le jeu devient alors une nouvelle religion permettant de relier l'individu à la réalité, tout en déguisant cette réalité par le jeu. En utilisant les mêmes ressorts que les jeux vidéo, et en les diffusant à l'ensemble des activités quotidiennes, il serait possible d'arrêter cet exode massif décrit par Edward Castronova. Avec toute la dimension paradoxale que cela suppose, Jane McGonigal propose une nouvelle catégorie de jeux qu'elle nomme des « jeux anti-échappatoires ».

À titre d'exemple, son projet *SuperBetter*, créé en 2012, propose un ARG de gestion de vie, permettant de se représenter ses problèmes

comme des « super vilains » à battre, à l'aide d'une identité secrète et de « super pouvoirs ». La finalité de ce jeu est de rendre le joueur plus résistant et plus optimiste face aux épreuves qu'il rencontre dans les aléas de la vie. Le jeu stimule et développe la volonté du joueur dans une forme d'auto-persuasion psychologique *via* une interface ludique.



Figure 2. Jane McGonigal, *SuperBetter*, 2012

Pour conclure sur ce discours présentant les ambitions de la *gamification*, Jane McGonigal s'inscrit dans un optimisme naïf avec la volonté de vouloir massivement « sauver le monde ». Plus fondamentalement, son ouvrage illustre comment le jeu, aujourd'hui, devient messianique. Il s'annonce, à la fois, en guide – ou en Sauveur – garant du salut des hommes, et, à la fois, comme un remède à cette réalité défailante.

3. Promesse d'un monde ludique : mise en application

Afin de ne pas isoler la proposition de Jane McGonigal et afin d'illustrer que la *gamification* constitue un mouvement mondial et total dont l'ambition est de transformer le monde en un monde ludique, trois exemples provenant de différents créateurs et de différentes localisation ont été choisis. Ces exemples, présentés de manière brève mais dont l'analyse s'ancre dans la méthodologie sociocritique, permettent d'esquisser un portrait concret de comment se manifeste la *gamification* et de comment elle s'immisce dans la vie quotidienne de l'*Homo Ludens* du 21^e siècle. Ce portrait n'est pas exhaustif et ne couvre pas l'ensemble

des domaines de la *gamification* pour la simple raison que les exemples de cette stratégie ludique s'étendent à l'ensemble des activités humaines : guerre, sexe, politique, citoyenneté, éducation, travail, etc. Les trois exemples présentés s'attachent à montrer comment la *gamification* s'institue dans des activités journalières susceptibles de toucher l'individu contemporain.

3.1 L'engagement collectif : WeeAkt

Le premier exemple choisi se situe dans le domaine de l'engagement citoyen et du changement de comportement. Il s'agit de l'application *WeeAkt* créée par Vincent Leyrit et Fabien Durieux, tous deux ingénieurs informatiques, en 2013. Sans se présenter directement comme un jeu, *WeeAkt* utilise des ressorts ludiques pour aider à prendre conscience de problématiques citoyennes à échelle locale. En géo-localisant l'individu, l'application a pour objectif d'informer l'individu d'actions « citoyennes » qui se situeraient autour de lui. Ses actions sont vastes et proposées par d'autres individus. Elles s'axent majoritairement autour de problématiques écologiques informant par exemple qu'un endroit de la ville nécessite d'être nettoyé de ses détritrus. Si l'application utilise les technologies ubiquitaires – géolocalisation et smartphone – pour informer les individus, cette dimension dont l'utilité n'est ici nullement remise en question est considérée comme insuffisante car il faut encore trouver le moyen qui conduira l'individu à agir. Cette action se fait par le jeu. L'individu est alors invité à jouer, à accepter la mission, à rendre virale son action en partageant un commentaire et une photographie de son geste. Plus encore, l'application instaure une dimension ludique en proposant aux utilisateurs d'incarner des « héros » du quotidien dépassant la sphère, en apparence, strictement individuelle et narcissique, par le gain de points. Ces points contribuent à élaborer un classement entre l'ensemble des utilisateurs, regroupés par ville. Le ressort ludique est simple, plus l'individu agit, plus il gagne de points, plus sa ville remonte dans le classement afin de devenir la ville la plus engagée de France. En jouant, l'individu s'engage et modifie son comportement. Le jeu joue le rôle d'un élément motivateur permettant d'inciter les individus contemporains à agir.



Figure 3. Vincent Leyrit, Fabien Durieux, WeeAkt, 2013

Derrière cette application, c'est bel et bien le changement de comportements des individus qui est visé par les ressorts ludiques déployés. La *gamification* traduit ici un idéal de gouvernance où les individus seraient capables de se gouverner eux-mêmes et de prendre des décisions responsables. Pour les entraîner vers cette prise de pouvoir et de conscience, le jeu apparaît comme un dispositif idéal au sein duquel les actions politiques et citoyennes se trouvent redorées d'un blason épique addictif.

WeeAkt illustre ainsi la proposition de Jane McGonigal : sans présenter un ARG à la narration développée, l'application transforme la ville en terrain de jeu et l'individu en joueur « utile ». Cette tendance trouve de multiples échos. On la retrouve par exemple dans le cadre de campagnes publicitaires telles que celle de Smart⁷ « The Dancing Traffic Light » à Lisbonne en 2014, ou plus antérieure chez Volkswagen « Fun Theory » en 2009. Ces dispositifs ludiques partagent la même hypothèse :

La « Fun Theory » part du principe que les gens modifient leur comportement plus facilement lorsqu'ils éprouvent du plaisir. Nous tenons compte de cela lors de l'introduction de chaque innovation plus respectueuse de l'environnement. Apporter notre aide à la Terre ne devrait jamais être pesant. Nous croyons par ailleurs qu'une plus grande quantité de gens agissent de façon responsable et roulent de manière plus écologique s'ils y trouvent leur plaisir.⁸

Si les deux derniers exemples cités s'inscrivent dans des campagnes marketing visant à associer leurs produits automobiles à une image de marque responsable face au réchauffement climatique, *WeeAkt* s'inscrit

⁷ Smart, The Dancing Traffic Light, « For a safer city », Lisbonne, 2014.

https://www.youtube.com/watch?v=SB_0vRnkeOk

⁸ Volkswagen Suède, projet « ThinkBlue », « The Fun Theory ».

dans une charte plus éthique faisant référence au mouvement lancé par Pierre Rabhi en 2007, Colibris, dont les valeurs sont présentées dès l'écran d'accueil du jeu, à travers la citation d'une légende amérindienne. Si l'application propose également aux entreprises de faire leur publicité, elle met en scène l'idée que chacun possède un rôle à jouer.

3.2 L'engagement individuel : le soi quantifié

La *gamification* illustre la fonction éducative des jeux. Qu'il s'agisse de l'engagement citoyen et collectif promis par *WeeAkt*, ou bien celui plus individuel des dispositifs mis en application dans le domaine du sport et de la santé, ce processus a pour fonction d'éduquer les individus contemporains à des comportements établis comme bénéfiques. Ainsi de nombreuses applications proposent de mesurer de manière ludique les activités physiques effectuées en usant de points et de classement, dans la même veine que *WeeAkt*, afin d'inciter à pratiquer régulièrement un sport, ou bien à surveiller son alimentation. Des dispositifs de plus en plus complexes se mettent en place pour permettre aux individus la mesure de leurs performances. À titre d'exemple l'application *Nike+* créée en 2006 permet à son utilisateur de mesurer son temps de course, sa vitesse et son rythme cardiaque tout en géo-localisant l'individu. Des challenges sont proposés, des trophées virtuels mis en jeu. L'ensemble des informations sont partageables en ligne afin d'exhiber ses performances. L'ensemble de ces données assurent un suivi de l'individu, un calcul de l'évolution de ses capacités. Cette application sportive permet une évaluation de l'individu par récupération de données, enregistrement et communication aux utilisateurs par un système de rétroaction.

Symbole d'une rationalisation intensive de la vie quotidienne, cette application met en place un processus de « quantification de soi » (*quantified self*). Possible grâce à des dispositifs technologiques ubiquitaires, ces applications sportives promettent une mesure totale de l'individu. Cette mesure donne accès à des informations auparavant approximatives ou inconnues. Leur suivi et l'accroissement des performances de manière précise entretiennent une motivation de l'utilisateur à agir. Ainsi, ce n'est plus tant sa bonne forme physique qui est mise sur le devant de la scène que l'augmentation d'un compte, l'acquisition de trophées, ou la montée au sein d'un classement qui vient attiser l'individu et le conduire à agir pour sa santé. Ces différents éléments apparaissent comme des récompenses virtuelles à dimension

communautaire. Ils attribuent des « bons points » qui deviennent synonyme d'un statut social numérique et numéraire au sein de réseaux sociaux souvent propres aux applications. Ces points ludiques deviennent les marqueurs indicatifs des comportements des individus contemporains. L'objectif est que ces marqueurs soient les plus visibles possibles afin d'entraîner un méta-jeu entre les utilisateurs de ces applications, cherchant toujours à faire un meilleur score que l'autre. Il ne s'agit plus de se maintenir en forme, ou bien de marquer le plus de points possibles, il s'agit d'attester de la meilleure gestion de la vie quotidienne possible. En multipliant ces applications, la vie devient un jeu sous le filtre de ces nouvelles technologies qui poussent à vouloir gagner, qui poussent non pas à être meilleur dans un domaine mais plutôt à vouloir être *le* meilleur dans la moindre des actions entreprises. En jouant à l'excès sur la compétition, ces applications traduisent l'un des ressorts fondamental du 21^e siècle. De *WeeAkt* à *Nike+*, ce qui semble motiver les individus à agir à échelle collective ou individuelle sont les apports fictionnels et valorisant du jeu, ainsi que la possibilité de se mesurer aux autres par évaluation de ses performances.

3.3 L'engagement à la tâche : idéal de productivité au travail

À travers les exemples cités, c'est bel et bien la motivation de l'individu à effectuer une action qui est visée. La *gamification* promet ainsi l'idéal d'un engagement total, voire d'une fidélisation de l'individu à son activité. Sa fonction rhétorique et persuasive première est de créer les conditions « adaptées » aux attentes de l'individu contemporain. Ses prédicateurs cherchent à donner un sens nouveau aux actions qui peuvent être effectuées. Les moyens d'action quant à eux ne connaissent pas de révolution numérique, ils sont déguisés par des filtres ludiques et technologiques. Cette théorie de l'engagement s'applique également, bien entendu, au domaine du travail. C'est d'ailleurs l'un des premiers terrains d'étude et d'expérimentation de la *gamification*.

L'exemple le plus illustratif de cette utilisation des procédés de la *gamification* est le jeu *Innov8* créé par IBM. Jeu de simulation de management, *Innov8* propose de transformer l'environnement de travail en un environnement vidéoludique. Ici si les tâches effectuées sont celles qui incombent au travailleur, l'utilisateur de l'application se trouve totalement immergé dans un environnement numérique. Cet exemple se distancie alors des deux propositions préalablement analysées en ce

qu'ils ne s'inscrit pas dans le fantasme de l'Ubicomp World de Jane McGonigal. Le travailleur reste derrière son poste, derrière son écran, mais son environnement de travail premier, son « bureau » virtuel, prend les allures contextualisées d'un jeu vidéo.

Innov8 est la mise en application de la thèse *Total Engagement, Using games and virtual worlds to change the way people work and businesses compete*, commanditée en 2007 par la même compagnie. Écrite par Byron Reeves, professeur en communication à l'Université de Stanford et co-directeur de l'Institut Human Sciences and Technologies Advanced Research (H-STAR) et J. Leighton Read, partenaire général chez Alloy Ventures, une entreprise d'investissement dans le domaine de la technologie et des sciences de la vie, cette thèse fait état que la productivité et les compétences des employés peuvent être améliorées en transformant le travail en environnement vidéoludique inspiré des MMORPG. Tout comme le font Edward Castronova et Jane McGonigal, *Total Engagement* cherche à extraire l'essence de ces jeux vidéo qui concentrent selon ses auteurs, toutes les clés pour améliorer le monde réel. Le dévouement des joueurs à ces mondes synthétiques est perçu comme un ressort inexploité dans le monde réel. L'objectif est alors de réutiliser ces ressorts pour créer la même dévotion au quotidien, et plus particulièrement au domaine du travail.

Les guildes montrent les mêmes exigences que l'on attend d'un employé dans une entreprise : être présent à heure fixe et effectuer des tâches spécifiques comme acheter, vendre, analyser, évaluer, catégoriser, et parfois même jouer le rôle de CEO. Selon Byron Reeves et J. Leighton Read, les MMORPG sont déjà similaires à un emploi. Comble de la situation, les joueurs paient pour pouvoir l'effectuer. La particularité de la promesse de l'engagement total dans le domaine du travail, c'est qu'elle porte en elle l'idée que plutôt que de superviser des employés, ceux-ci seraient capables de s'autogérer puisqu'ils sont impliqués comme dans un jeu vidéo. L'utilisation de dispositif vidéoludique dans le cadre du travail, selon Byron Reeves et J. Leighton Read, permettrait ainsi une réconciliation des intérêts individuels et organisationnels. Plus encore, cette réconciliation, s'inscrivant dans les mêmes logiques d'évaluation que *Nike+* par exemple, offre la possibilité de mesurer la productivité des employés. Les dispositifs ludiques sont alors pensés comme des rétroactions à partir desquelles les employés seraient capables, de manière autonome, de s'améliorer, notamment par ce nouvel élan d'aspiration qui leur est insufflé, par la mesure et le jeu. Le travail, rendu

ludique, cherche à éviter l'écueil de l'ennui en renouant avec la motivation intrinsèque des jeux. De nouveaux objectifs le rendraient plus passionnant en proposant non plus une gratification matérielle mais des récompenses virtuelles de biens, de score, ou encore de titre.

4. Au cœur des structures de la *gamification* : la société du jeu total et ses valeurs

D'un point de vue anthropologique et sociologique, à travers les exemples cités, la *gamification* nous renseigne sur l'installation dans les mœurs d'une « société du jeu total ». Cette expression, faisant écho au concept hégélien de Totalité et de « Fait social total » de Marcel Mauss (1923), soutient l'idée que la *gamification* est un processus à l'intérieur duquel il est possible d'observer la totalité des structures sociales et institutionnelles. Elle atteste d'un esprit ludique qui s'installe dans les moindres aspects de la société contemporaine. La *gamification* révèle comment le jeu est en train de s'imposer comme un rapport dominant qui redéfinit les relations de l'individu à autrui et au monde. Il est donc nécessaire de questionner les représentations structurelles qui irriguent la *gamification*.

Si certaines des initiatives citées peuvent présenter des initiatives louables en apparence – engagement citoyen, écologique, autonomie – qui s'affichent toutes derrière le concept d'émancipation de l'individu, les structures qu'elles révèlent méritent d'être questionnées. En effet, les ressorts motivationnels sont-ils véritablement émancipateurs ? N'y-a-t'il pas plutôt derrière la *gamification*, l'illusion d'une alternative et d'un engagement de l'individu contemporain à ces tâches en utilisant le pouvoir édulcorant du jeu ? De même, de quoi la *gamification* doit-elle être le remède ? De quelle maladie s'agit-il ? Enfin, l'inscription de la *gamification* dans la logique de récupération des données n'en fait-elle pas plutôt un outil de surveillance et de contrôle des individus contemporains ?

4.1 Le mythe de la société malade

Jane McGonigal démontre une réelle envie de soigner ce malaise de la réalité et met en avant les promesses de ce qui semble être une alternative, tout comme le propose les exemples cités. Pourtant, le travail de Jane McGonigal fait état d'une confusion gênante entre « réalité » et

« culture ». Selon elle, c'est la réalité qui est malade, et non la culture. Cette confusion, caractéristique du postmodernisme, fait du système d'idées et d'interprétation une croûte terrestre de laquelle on ne peut pas s'extraire. En d'autres termes, considérer que c'est la réalité qui est malade, et non les modes d'êtres actuels, les structures politiques et sociales, en bref le système idéologique, ne revient pas à proposer une alternative.

Dans le discours de Jane McGonigal, il n'y a pas d'alternative. Il n'y a qu'une augmentation de la culture par ajouts de filtres ludiques, d'artifices, d'illusions qui vont permettre de rendre les individus fonctionnels déjà au sein d'un système, par le moyen de prothèses techno-ludiques. Les promesses de Jane McGonigal sont enfermées dans un système idéologique, qui n'est jamais remis en question : aucune entreprise sur les origines de ce « malaise de la réalité » qui est bien plutôt un malaise de la culture, d'ordre sociétal, n'est mise en œuvre.

Les promesses de Jane McGonigal, et en général celles de la *gamification*, renforcent le système idéologique actuel, c'est-à-dire le système néolibéral. Elles traduisent le mythe de la société malade, que Jean Baudrillard analyse dans *La société de Consommation* (1970). À l'intérieur de cette société « malade », plusieurs acteurs – architectes, publicitaires, urbanistes, ou bien designers – endossent le rôle de « thérapeutes » ou de « missionnaires » en quête du bien-être de leurs patients-consommateurs. La particularité de ce mythe est d'éluider la complexité de la situation dans laquelle se trouve plongé le corps social mais aussi d'entretenir l'image d'un remède-miracle capable de le guérir. Cette dimension est exemplaire du discours de Jane McGonigal.

4.2 Surmoi prothétique : surveillance et contrôle

Les penseurs critiques de la *gamification* pointent du doigt les logiques d'exploitation qui se dissimulent derrière ses voiles séducteurs. Ian Bogost, dans son article de 2015, « Why *gamification* is bullshit ? », propose de renommer la *gamification*, « *exploitationware* » (outil d'exploitation). Sa critique se fonde sur la tendance générale que représente ce processus plus que sur ses formes concrètes. En effet, son procédé de présentation, celui du remède miracle, du produit qui porte en lui la solution capable de résoudre tous les problèmes économiques des entreprises traduit une dimension marketing qui récupère le goût pour le jeu de l'individu contemporain. La *gamification* met en scène un

médium terriblement attrayant pour faire des affaires. Elle est un argument de vente. Pour Ian Bogost, la *gamification*, dans son procédé même, est déjà le fruit d'une exploitation. Elle est pour lui une idée creuse, qui fait miroiter l'illusion d'un jeu dompté, maîtrisé pour améliorer les structurations des entreprises et la valeur de leurs produits.

Il faut donc se méfier de ceux qui prêchent la *gamification*. C'est en tout cas l'idée développée par PJ Rey dans son article de 2015, « *Gamification and post-fordist capitalism* ». Le sociologue retrace les relations entre des assomptions idéologiques contemporaines, capitalistes post-industrielles et celles de la *gamification*. Selon lui, la *gamification* fait la promotion du capitalisme au regard de ceux qui en profitent. Stimulatrice d'activités économiques et de comportements de consommation, la *gamification* entre en contradiction avec l'une des définitions du jeu qui en fait une activité libre. Dans le cadre du travail, le jeu n'est plus libre mais soumis au sérieux qui vient alors le corrompre. L'apparent paradoxe soulevé par PJ Rey, entre la liberté du jeu et l'obligation du travail, voit sa résolution dans le caractère séduisant de ce *soft power* que représente la *gamification*.

*Gamification may also serve to disempower workers. To the extent that gamification uses competition to motivate workers, it poses a potential threat to worker solidarity. In fact this presents a reason we might expect to see capitalists favor competitive games elements over cooperative ones.*⁹

Ce processus de dissémination du jeu met en place une rhétorique qui pousse l'individu à le souhaiter. Ainsi sans être directement coercitive, la *gamification* est créatrice d'individus disposés à l'accepter, à l'image de ces citoyens amollis décrit par Tocqueville¹⁰ (1840).

⁹ PJ REY, « *Gamification and post-fordist capitalism* », in. S. P. WALTZ, S. DETERDING, *The Gameful World*, p.291.

¹⁰ A. DE TOCQUEVILLE, *De La Démocratie en Amérique*, choix de textes et introduction par Philippe Raynaud, Paris, Gallimard, 2010, p. 258 : « [La sujétion] éteint peu à peu leur esprit et énerve leur âme, tandis que l'obéissance, qui n'est due que dans un petit nombre de circonstances très graves, mais très rares, ne montre la servitude que de loin en loin et ne la fait peser que sur certains hommes. En vain chargerez-vous ces mêmes citoyens que vous avez rendus si dépendants du pouvoir central, de choisir de temps à autre les représentants de ce pouvoir ; cet usage si important, mais si court et si rare, de leur libre arbitre, n'empêchera pas qu'ils ne perdent peu à peu la faculté de penser, de sentir et d'agir par eux-mêmes, et qu'ils ne tombent ainsi graduellement au – dessous du niveau de l'humanité. »

La *gamification* est flexible, mobile, à l'image du post-fordisme. Cette flexibilité apparaît en opposition au travail rationalisé dans les usines, et rencontre les logiques de résistance du *fun* qui apparaissent comme en atteste *The Fun Theory*, comme un élément innovant et émancipateur. Les valeurs de compétition sont aussi au centre de cette tendance qui dans le milieu du travail tendent à détruire le travail d'équipe et renforcent une perspective individualiste. Dans le cadre du travail gamifié, l'individu a donc le choix entre être manipulé par les dispositifs ludiques qui lui sont présentés ou bien être dévalorisé par la compréhension de ces ressorts faussement ludiques. L'utilisation d'une dimension ludique, par sa volonté d'engager totalement le travailleur-joueur, cache aussi l'espoir que celui-ci travaille non pas pour une gratification externe – son salaire – mais pour le plaisir de jouer. Cette dimension fantasmée extraite des MMORPG, traduit à la fois les pires facettes de l'utilisation de la *gamification* mais aussi l'échec de ses ambitions : l'individu n'est en rien motivé et engagé par son activité. C'est seulement l'appât du gain qui change de forme ou qui se trouve augmenté.

Ainsi les performances individuelles pouvant être contrôlées et mises en spectacle dans le cadre de communautés réduites, au travail, sur des réseaux sociaux spécifiques, poussent l'individu contemporain à incorporer les logiques d'une supervision fictive imposée par la pression sociale du jugement d'un groupe. Les ambitions d'auto-gestion et d'idéal de gouvernance traduisent le développement d'un surmoi technologique, un garde-fou conduisant à la modification des comportements de l'individu contemporain par la menace de la surveillance et de la conséquence d'une action dévaluée par le groupe ou par l'application « ludique ». Ce surmoi technologique agit comme une prothèse dont l'organe principale s'inscrit dans la logique des *Big Data*. Au cœur de la *gamification*, le jeu devient le moyen de collecter des données et d'analyser des schémas comportementaux.

5. Conclusion : les malaises de l'*Homo Ludens* du 21^e siècle

La *gamification* permet d'explicitier la définition hégémonique du jeu aujourd'hui. Celui-ci s'axe autour des valeurs d'une *mimicry*, du gain de points et de la compétition. Elle transpose sur la réalité un jeu qui s'inscrit dans les mentalités comme un simple divertissement, mais elle illustre également ce divertissement comme ce qui détourne les individus contemporains des préoccupations de ce malaise décrit par Jane

McGonigal. D'un point de vue anthropologique et sociologique, la *gamification* traduit l'extrême goût contemporain pour le jeu, jusqu'à permettre de caractériser le 21^e siècle comme le « siècle du ludique » (Zimmerman, 2015). D'un point de vue sociocritique, la *gamification* transcrit des valeurs postmodernes et néolibérales.

La *gamification* conduit l'individu contemporain à se donner un rôle à jouer. Si l'application *WeeAkt* s'amuse de cette fusion de la fiction et de la réalité¹¹, la polysémie de cette expression est aussi révélatrice de la nature de l'engagement mis en scène. Elle traduit une nouvelle forme de « spectacle » aliénant (Debord, 1967). Derrière ses promesses d'engagement, d'idéal de gouvernance, et d'amélioration par le jeu, la *gamification* brosse le portrait d'une vie dont le jeu est le modèle socialement dominant. Absorbée dans un jeu devenu total par le moyen de prothèses technologiques, chaque action de l'individu contemporain passe par le filtre de défis épiques et de récompenses venant flatter son ego.

Loin d'émanciper l'individu contemporain, la gouvernance et l'amélioration mises en scène ne répondent que sous la condition de ressorts venant stimuler les principes de plaisir permettant au jeu de s'installer comme une évidence dans les modes de vies actuels. Elle prend les allures d'un *dealer* légal qui délivre et régule le trafic de ces narcotiques ludiques entretenant « le mauvais rêve du spectacle » (Debord, 1967, p.771) auquel la société contemporaine est enchaînée. Ainsi, ses représentations structurelles traduisent les valeurs dominantes actuelles. Dans la *gamification*, le vivre-ensemble, l'idée de communauté, de citoyenneté, et d'intérêt général sont conditionnés par une quête du plaisir et de la jouissance personnelle. Ce n'est qu'en mettant en scène ses propres récits égotiques et narcissiques, en s'aidant d'abord soi-même, que l'on peut contribuer à un projet plus grand. L'individu contemporain est stimulé, motivé à court terme, et conditionné à recevoir des récompenses, à être satisfait immédiatement de ses actes.

Derrière les promesses d'engagement et d'émancipation, la *gamification* traduit le remplacement de toute forme d'autorité par des formes ludiques, plus permissives. Surmoi, morale, manager, mais aussi Etat se trouvent en partie substitués par des prothèses ludiques

¹¹ *To act* en anglais permet de créer l'ambiguïté d'un agir concret, mais aussi d'un rôle fictif à jouer pour un acteur au théâtre par exemple.

numériques et des logiques algorithmiques. Ce surmoi technologique reflète l'échec des institutions et des individus contemporains à créer des boussoles politiques et éthiques afin de conduire leurs vies. Plus encore, la plupart des applications de la *gamification* sont des outils de calculs permettant de quantifier l'individu et ainsi de récupérer de multiples données sur les utilisateurs. Ces données servent à la fois à enrichir les studios de production de ces applications, tout en permettant de construire un produit conforme à l'individu contemporain qui se trouve ainsi réifié, transformé en un petit élément dans la chaîne alimentaire du néolibéralisme. Loin de développer une prise de conscience et une prise de pouvoir politique, la *gamification* participe à la création d'un *Homo Ludens* du 21^e siècle, c'est-à-dire à la construction des mentalités adéquates pour la perpétuation de l'idéologie néolibérale. Sans jamais provoquer une réflexion critique sur les conditions de cette maladie du 21^e siècle, sur l'inadéquation des rythmes de vies imposés aux individus contemporains, sur la dimension économique et marchande qui régit l'ensemble des rapports inter-humains, sur l'absence de sens et de but éthique de la vie humaine, la *gamification* édulcore et assure le bon fonctionnement des individus au sein d'un système idéologique qu'il est nécessaire de remettre en question.

De quoi la gamification est-elle véritablement le remède ? Elle n'est pas le remède aux malaises de l'individu contemporain mais plutôt la solution au service des malaises d'un système idéologique pour se maintenir en marche.

BIBLIOGRAPHIE

- BAUDRILLARD Jean, *La Société de Consommation*, Paris, Denoël, 1970.
- BOGOST Ian, « Why gamification is bullshit », in. S. WALTZ, S. DETERDING *The Gameful World, Approaches, Issues, Applications*, Cambridge, MIT Press, 2015, pp. 65-80.
- CASTRONOVA Edward, *Exodus to the Virtual World: how online fun is changing reality*, New-York, PALGRAVE MACMILLAN, 2008.
- DE TOCQUEVILLE Alexis, *De la démocratie en Amérique, choix de textes et introduction par Philippe Raynaud*, Paris, Gallimard, 2010.
- DETERDING Sebastian, Conférence « Powned. Gamification and its discontents », *Playful*, Londres, 2010.
- DEBORD Guy, *Œuvres, La société du spectacle (1967)*, Paris, Quarto-Gallimard, 2006.
- LAVIGNE Michel, « Sous le masque du jeu », *Interfaces Numériques « Des Serious games à la Gamification, Approches critiques des disséminations vidéoludiques »*, vol. 3 – n°3, Paris, Lavoisier, 2014, pp.473-496.
- MAUSS, Marcel *Essai sur le don, Forme et raison de l'échange dans les sociétés archaïques*, 1923, Paris, PUF, 2012.
- WEBER Max, *Sociologie des religions*, Paris, Gallimard, 1996.
- MCGONIGAL Jane, « Ubiquitous Gaming, A vision for the future of enchanted spaces » in F. VON BORRIES, S. P. WALZ, M. BÖTTGER, *Space Time Play, computer games, architecture and urbanism : the next level*, Berlin, Birkhäuser Verlag AG, 2007, pp.233-237.
- MCGONIGAL Jane, *Reality Is Broken, Why games make us better and how they can change the world*, New-York, Pinguin Books, 2011.
- PASTOUREAU Michel, *Le Jeu d'échecs médiéval, une histoire symbolique*, Paris, Le Léopard d'or, 2012.
- REEVES Byron, READ J. Leighton, *Total Engagement, Using games and virtual worlds to change the way people work and businesses compete*, Harvard Business Press, Boston, Massachusetts, 2009.
- REY PJ, « Gamification and post-fordist capitalism », in. S. P. WALTZ, S. DETERDING, *The Gameful World, Approaches, Issues, Applications*, Cambridge, MIT Press, 2015, pp.277-296.
- ROBERTSON Margaret, « Can't play, won't play », 2010, disponible en ligne (consulté le 31.05.15) à l'url suivant : <http://hideandseek.net/2010/10/06/cant-play-wont-play>.

SIEGEL Claire, « Valeurs et représentations au cœur du processus de gamification », *Interfaces Numériques*, volume 3 – n°3, Dossier « Des serious games à la gamification, approches critiques des disséminations vidéoludiques », sous la direction de M. LAVIGNE, Paris, Lavoisier, 2014, pp.497-520.

TREMEL Laurent, FORTIN Tony, *Mythologies des jeux vidéo*, Paris, Le Cavalier Bleu, 2009.

WALTZ Stephan P., DETERDING Sebastien, *The Gameful World, Approaches, Issues, Applications*, Cambridge, Massachusetts, 2015.

ZICHERMANN Gabe, *The Gamification Revolution*, McGraw-Hill, New-York, 2013.

ZIMMERMAN Eric, « Manifesto for a ludic century », in. S. P. WALTZ et S. DETERDING, *The Gameful World, Approaches, Issues, Applications*, Cambridge, MIT Press, 2015, pp.19-23.