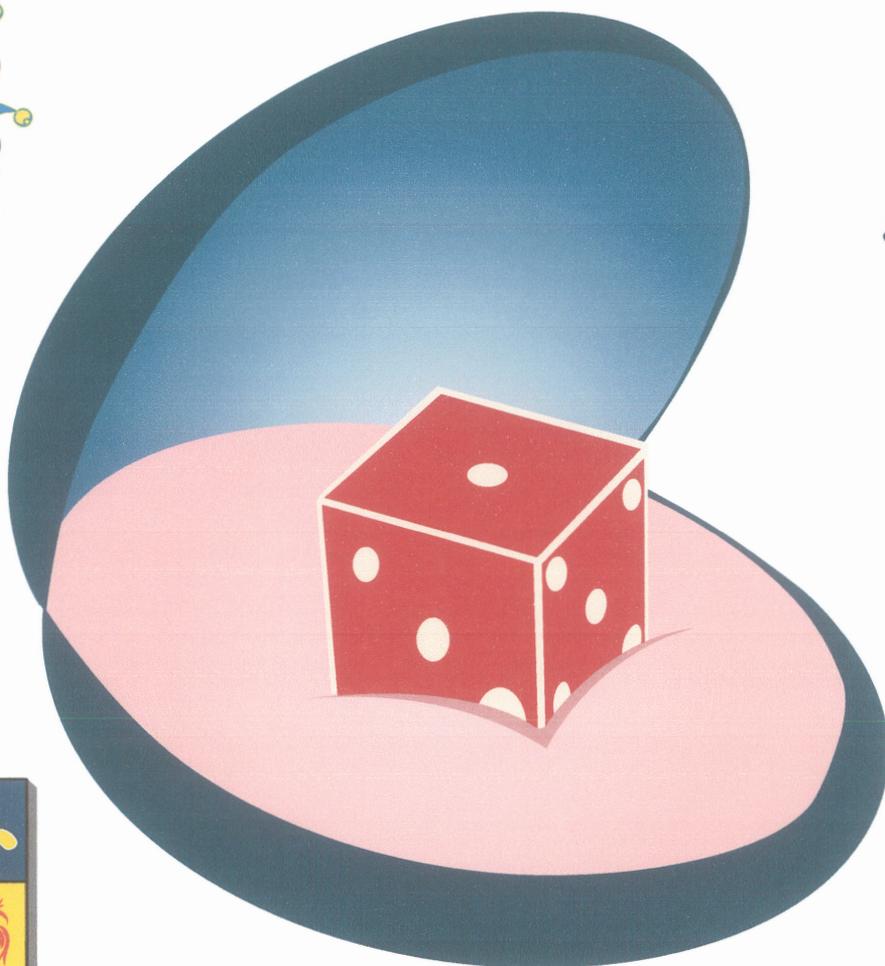


Les cahiers de LUDO

Revue trimestrielle de vulgarisation scientifique,
d'éducation aux loisirs et d'éducation permanente.

N°4 Hiver 2014

P601034 BP 1/7939 1050 BXL 5
LUDO asbl, av Defré 62 1180 Bruxelles



SERVICE LUDOTHÈQUES



FÉDÉRATION
WALLONIE-BRUXELLES

Rédacteur en chef : Alain Gottcheiner. Editeur responsable : Michel Van Langendonckt. Couverture : Sarah Verstraeten.

Ludo ASBL, association des ludothèques francophones belges et de promotion culturelle du jeu.

LuCIFER Éditions  av Defré 62 1180 Bruxelles. - www.ludobel.be

Une nouvelle ère de la gamification ?

Thibault Philippette

Professeur en Sciences et Techniques du Jeu

Membre du Groupe de recherche en médiations des savoirs (UCL), du Laboratoire Jeux et Mondes Virtuels, et du Comité de lecture des Cahiers de LUDO asbl

Depuis plusieurs années, des pratiques qualifiées de "Gamification" ont la cote. Quésaco ?

La "gamification" est l'utilisation de techniques de *game design* dans des contextes non-ludiquesⁱ. Ce terme aurait vu le jour en 2002 selon certains auteursⁱⁱ, mais le phénomène a connu un véritable engouement à la fin de la décennie précédente, sous l'impulsion de plusieurs (*video-*)*game designers* américains aux discours prophétiques.

La place du jeu dans les sociétés traditionnelles n'étant plus à souligner (Huizinga, Caillois, Mauss, Levi-Strauss, etc.), et l'Occident ayant lui-même connu un "tournant ludique" au 18^e siècle, avant même sa "révolution digitale"³, en quoi la gamification est-elle une (r)évolution ?

Le *buzz* actuel autour de la "gamification" repose selon nous sur la convergence entre une industrie florissante, celle des jeux vidéo (et de leur concepteurs !), le media désormais dominant (Internet et ses réseaux sociaux), et une certaine conception moderne et idéologique du marketing et de l'économie.

Quelques exemples

L'exemple probablement le plus cité en référence aux principes de gamification est le logiciel *Foursquare* (2009).

Cette application, qui peut être installée sur des périphériques mobiles, permet à ses utilisateurs de se géolocaliser dans différents lieux publics, comme des bars ou des restaurants.

En procédant à de nombreux "check-in", l'utilisateur se voit gratifié de points, de badges et même de titres comme celui de "mairie", en fonction de l'intensité de l'activité d'identification dans un lieu donné durant une période donnée ; les compteurs sont ensuite remis à zéro.

Ces actions lui permettent en outre de progresser dans des classements proposés par le "jeu".

Maxwell Foxman relève que le côté obscur de l'application tient au fait qu'elle exploite ses utilisateurs, qui contribuent gratuitement à la visibilité de certains lieux, qu'elle participe d'une certaine éloge du consumérisme (le système permet par exemple aux enseignes une publicité ciblée selon la proximité de l'utilisateur avec leur commerce) et plus globalement qu'elle fait craindre une forme de surveillance de chaque instant à la "Big Brother".

Cependant, *a contrario*, l'application génère un véritable "état de jeu" (*state of play*) reposant sur nos besoins de compétition, de victoire ou encore de distinction.⁴ En cela, Foursquare est assimilable à un jeu.

En 2009, Volkswagen Suède lance un grand concours intitulé "The Fun Theory Award" (<http://www.thefuntheory.com>). L'objectif de ce concours était simple : inviter des concepteurs à proposer une idée originale qui permette de changer le comportement des gens... pour un mieux.

Ce concours a donné lieu à des projets ambitieux, comme la conversion d'un escalier d'une station de métro en véritable piano géant, invitant les navetteurs à l'utiliser de manière ludique au lieu d'emprunter l'escalator adjacent ; la création d'une bulle à verres sous forme de "borne d'arcade" où les bouteilles, servant de "monnaie", sont triées frénétiquement au rythme des lumières et sons en vue d'atteindre le meilleur score sur l'afficheur –les gens qui veulent y jouer ne jettent plus les bouteilles avec leurs sacs et donc font du tri- ; ou encore le "lauréat", une loterie fondée sur le respect des limites de vitesse par les automobilistes. Un capteur placé sur un axe important de la ville relève les automobilistes contrevenants, qui alimentent une cagnotte sur base des procès-verbaux, mais également les automobilistes respectueux, qui reçoivent à leur domicile un billet de loterie en vue d'un tirage au sort.

Le Département d'Education du District de New York, en partenariat avec l'*Institute of Play*, soutient depuis quelques années un projet de *Middle School* et de *Upper School* intitulé *Quest to Learn* (q2l.org).

Les enseignements scolaires traditionnels (mathématique, anglais, sciences ...) y sont donnés systématiquement sous forme de jeux et/ou avec le support de jeux existants, par exemple *Minecraft* (2009).

Ce nouveau concept d'école est le fruit d'une collaboration très étroite entre une équipe d'enseignants et de *game designers*.

Ces exemples sont sensiblement différents, mais reposent tous sur une même idée : importer des principes de *game design* dans des projets non (vidéo)-ludiques. Nous pourrions saluer, ou au contraire condamner cette tendance, mais il nous semble plus pertinent de tenter de comprendre les fondements du phénomène.

La réalité est cassée

En 2010, la conceptrice de jeux vidéo Jane McGonigal fait une intervention remarquée lors d'un *TED Talk*⁵, dans lequel elle défend l'idée qu'il est grand temps de faire en sorte que l'engagement que l'on peut observer chez les joueurs de jeux vidéo puissent se retrouver dans la vie de tous les jours, pas assez attrayante à son goût. Cette intervention anticipe son ouvrage paru l'année suivante, *Reality is Broken: Why Games Make Us Better and How They Can Change The World* (2011), dans lequel elle souligne que les jeux sont des moteurs de bonheur et d'accomplissement et qu'il faut s'en inspirer pour réinventer notre réalité.

Un autre concepteur de jeux vidéo, Jesse Schell, présente en 2010 une communication où il s'imagine une série d'activités de la vie de tous les jours (se brosser les dents, manger des céréales, marcher dans la rue...) récompensées par des points et des progressions comme dans un jeu vidéo⁶.

L'actualité de ce que l'on appelle aujourd'hui l'"Internet des objets" (montres ou chaussures connectés, par exemple) tend à montrer que l'on peut lui donner raison. Le mouvement est donc en marche et repose sur une volonté d'améliorer *par le design* le quotidien de chacun. Oui mais... Ce mouvement n'est-il pavé que de bonnes intentions ? La gamification nous promet un avenir radieux et surtout très *fun* ! Certaines réactions ont vite jeté un pavé dans cette mare.

Critiques de la gamification

Sur le Blog *Hide and Seek*, Margaret Robertson écrit dans un article paru en 2010 que *les points* n'ont pas plus à voir avec les jeux qu'avec les sites web, les applications de fitness ou encore les cartes de fidélité⁷. Le juste terme du phénomène qu'elle constate est de la "pointsification".

Elle reproche une confusion qui ferait de l'ajout de points un jeu. Suivant sa réflexion, certaines choses méritent des points, d'autres choses méritent d'être jouées, certaines méritent peut-être les deux mais beaucoup méritent de n'être ni l'un ni l'autre.

Une autre critique a été posée par Ian Bogost lors d'une conférence organisée par la Wharton School (école de business) sur la gamification.

Derrière un titre provocateur, "*Gamification is Bullshit*"⁸, il souligne quant à lui que le bon terme représentant le phénomène qu'il observe est "exploitationware".

Pour lui, la vérité de la gamification actuelle est un "jeu d'arnaqueurs", où des personnes à l'expertise douteuse capitalisent sur un moment culturel pour obtenir des résultats suffisamment longtemps pour remplir leur compte en banque.

Dans une présentation⁹, Sebastian Deterding synthétise un ensemble de confusions qu'il relève chez les défenseurs de la gamification :

1. Les jeux ne sont pas nécessairement *fun*, et ils ne le sont certainement pas *parce que* ce sont des jeux. Ils le sont parce qu'ils ont été bien conçus.

2. Les récompenses ne sont pas des réalisations. Notre motivation à jouer vient du jeu lui-même et non pas de facteurs extrinsèques.

3. Les *feedbacks* ne sont pas à proprement parler des mécaniques de jeu. Les mécaniques de jeu sont complexes et visent à créer des "challenges à maîtriser". Les *feedbacks* ne sont qu'une représentation de certains accomplissements parfois utilisés dans les jeux.

4. La nouveauté n'est pas de l'engagement. De nombreux succès cités, comme Foursquare (2009), montrent à l'étude une participation active assez limitée globalement, à tout le moins dans le temps.

5. La compétition n'est pas recherchée par tout le monde. Par exemple, des études de genre ont montré une préférence globale des femmes pour des activités "non-compétitives" et plus sociales. Ceci dit, la compétition n'étant elle-même pas indispensable pour qu'il y ait jeu.

Ces confusions sont également soulignées par Olivier Mauco sur son blog¹⁰.

Celui-ci relève une erreur esthétique (*aesthetic fallacy*) des défenseurs de la gamification ; qui confondent l'esthétique d'un jeu avec sa dimension ludique.

A cela, l'auteur ajoutera deux autres erreurs, à savoir : que la gamification n'est pas une nouveauté de marketing, mais plutôt la digitalisation de techniques marketing existantes (*digitisation fallacy*) ; et surtout que la gamification repose sur l'idée d'un "effet du média", alors que de nombreuses études sociologiques montrent le rôle de l'espace social dans les usages (*behaviourist fallacy*). C'est cette vision comportementaliste du jeu qui est peut-être la plus critiquable.

Un marketing comportementaliste dans une économie de l'attention

Que ce soit *for the fun* ou *for the win*¹¹, la gamification est pensée comme un moyen de stimuler ou renforcer certains comportements chez les utilisateurs.

Cela peut être vu de manière positive en référence aux exemples pris plus haut, comme le fait de "faire respecter les limites de vitesse" ou de "rendre certains apprentissages plus attractifs".

Mais au-delà de l'effectivité réelle et durable de telles techniques, il faut souligner que la gamification est avant tout portée par des conceptions de *marketing*, voyant en cela un nouveau moyen de faire mieux ou de vendre plus que la concurrence.

Olivier Mauco relève que, dans nos économies, le problème n'est pas l'information, qui est déjà surabondante, mais l'attention du public. La gamification est ainsi vue comme un moyen de rationalisation de l'attention par l'utilisation de techniques behavioristes¹².

Niklas Schrape rapproche le phénomène de la gamification d'une certaine vision libérale de la gouvernance, qu'il appelle *paternalisme libertaire* en référence aux théories de Thaler et Sunstein¹³, qui consiste à créer un sentiment de liberté de choix tout en orientant ceux-ci par un ensemble de règles.

Par exemple, un programme de fidélité comme *Miles and More* (www.miles-and-more.com/) permet de créer une forme de reconnaissance et de hiérarchie dans un espace social qui en est au départ dépourvu (un aéroport), tout en encourageant un comportement de consommation.

Ensuite, la gamification peut être rapprochée de la question des *big data* (masses de données) puisque, pour pouvoir "renforcer positivement" certains comportements, la gamification nécessite la récolte et le traitement de nombreuses données, ce à quoi les machines informatiques et Internet contribuent largement.

Enfin, la gamification se rapproche d'une autre technique de marketing bien connue de la grande distribution, l'*architecture des choix*. Par exemple, le fait de devoir passer par le rayon multimédia avant d'atteindre le rayon nourriture, ou le fait d'avoir tous les produits les plus chers à hauteur des yeux ne force pas la consommation, mais cherche toutefois à l'orienter.

Conclusion : sous couleur de jouer

Comme l'ont relevé certains auteurs, le problème du terme *gamification* est qu'il semble vouloir renvoyer de manière systématique et non questionnée au jeu¹⁴.

Or, dans ses usages actuels, la gamification renvoie davantage à d'autres choses que le jeu, et notamment à des objectifs économiques et de marketing.

Pourtant, l'émergence du terme est intéressante en ce qu'elle relève, comme le dit Jacques Henriot lui-même, le caractère de plus en plus *joué* de nos sociétés¹⁵.

Tant qu'elle se borne à un ensemble de techniques plus ou moins "clé sur porte" pour transformer quelque chose qui ne l'est pas en un jeu, la gamification ne sera qu'un effet de mode qui laissera à l'avenir sa place à d'autres tendances plus *fun*. En revanche, si la gamification est repensée plus globalement comme une manière de comprendre comment peut émerger une idée de jeu dans des situations qui ne le sont *a priori* pas (le terme *ludicisation*¹⁶ serait alors peut-être plus approprié), elle sera une manière d'analyser la place qu'occupe le jeu dans nos sociétés modernes.

Références :

- ⁱ S. Deterding, et al. (2011). "From Game Design Elements to Gamefulness: Defining Gamification." In Proceedings of the 15th International Academic MindTrek Conference: Envisioning Future Media Environments, 9-15. New York: ACM.
- ⁱⁱ ³ M. Fuchs (2014). Predigital precursors of Gamification. *Rethinking Gamification* (Fuchs, Fizek, Ruffino, Schrape Eds.). 119-140. The Gamification Lab, University of Lüneburg (Germany). Meson Press.
- ⁴ M. Foxman (2014). How To win Foursquare: Body and Space in a Gamified World. *Rethinking Gamification* (Fuchs, Fizek, Ruffino, Schrape Eds.). 71-90. The Gamification Lab, University of Lüneburg (Germany). Meson Press.
- ⁵ J. McGonigal (2010). "Gaming can make a better world". Disponible sur https://www.ted.com/talks/jane_mcgonigal_gaming_can_make_a_better_world?language=fr
- ⁶ J. Schell (2010). "Design outside the box". DICE Summit. Disponible sur : http://www.dicesummit.org/video_gallery/video_gallery_2010.asp.
- ⁷ M. Robertson (2010). "Can't play, won't play". *Hide&Seek*. Disponible sur : <http://hideandseek.net/2010/10/06/cant-play-wont-play/>
- ⁸ I. Bogost (2011). "Gamification is bullshit". Disponible sur : http://bogost.com/writing/blog/gamification_is_bullshit/
- ⁹ S. Deterding (2010). "Pawnd. Gamification and its discontents". Playful 2010 (London). Disponible sur : <http://fr.slideshare.net/dings/pawnd-gamification-and-its-discontents>
- ¹⁰ ¹² O. Mauco (2012). "Sur la Gamification". *GameInSociety*. Disponible sur : http://www.gameinsociety.com/public/Sur_la_gamification_-_Mauco__gameinsociety.pdf
- ¹¹ K. Werbach, D. Hunter (2012). *For the Win. How Game Thinking Can Revolutionize Your Business*. New York: Wharton Digital Press.
- ¹³ N. Schrape (2014). Gamification and Governmentality. *Rethinking Gamification* (Fuchs, Fizek, Ruffino, Schrape Eds.). 21-45. The Gamification Lab, University of Lüneburg (Germany). Meson Press.
- ¹⁴ H. Silva Ochoa (2013). "La 'Gamification' de la vie: Sous couleur de jouer ?" *Sciences du jeu*(1). Disponible sur <http://www.sciencesdujeu.org/index.php?id=55>
- ¹⁵ J. Henriot (1989). *Sous couleur de jouer*. Paris: Jose Corti.
- ¹⁶ S. Genvo (2013). "Penser le phénomène de ludicisation à partir de Jacques Henriot." *Sciences du jeu*(1). Disponible sur : <http://www.sciencesdujeu.org/index.php?id=243>

Et si le jeu nous apprenait le libre choix ?

Sylvie Van Lint – Muguersza

CRSE, ULB

Maître assistant HEB et Galilée, membre du Comité de lecture des Cahiers de LUDO asbl

Où en sommes-nous, adultes d'aujourd'hui, dans notre rapport à la règle? Une observation rapide et, presque anodine, force la réflexion : fraude dans le tram, exode fiscal, matchs truqués, excès de vitesse, travail au noir, photocopies privées faites au bureau, pots-de-vin, dopage dans les compétitions sportives, copions et antisèches à l'école, détecteur de radar...

Bien sûr « ce n'est pas si grave », « tout le monde le fait », « ce n'est pas pour une fois » et puis, « personne ne le saura » ! Nous nous montrons assez indulgents envers nous -mêmes.

Et pourtant, il faut bien constater qu'il s'agit là d'un phénomène de société et qu'aucun secteur n'est épargné : sport, justice, éducation, mais aussi système bancaire, système politique, voire ... l'orthographe ! Notre rapport à l'autorité de la règle semble de plus en plus remis en cause par nos comportements quotidiens.

Mais qu'est-ce que l'autorité ? Plusieurs philosophes ont étudié la question.

Arendt (2007) la définit comme une « *relation hiérarchique dans laquelle les protagonistes sont d'accord pour se situer dans une position fixée d'avance dans laquelle il est considéré comme légitime que l'un obéisse à ce que l'autre commande* ». Kojève (2004) affirme qu'au sein de cette relation « *tout deux agissent de manière libre et consciente* ».

Gadamer (1996) insiste sur le fait que l'autorité « *n'a rien à voir avec l'obéissance aveugle à un ordre donné, à une soumission - abdication de la raison. Pour qu'il y ait autorité, il faut reconnaissance et acceptation.* »

Nous retiendrons que l'autorité se vit au sein d'une relation librement consentie en tant qu'acte de raison.

L'autorité de la règle est un droit de commander reconnu par ceux qui s'y soumettent car ils en admettent la légitimité.

Ces définitions ne parlent pas de rapport de force, de contrainte, de diktat. Pourquoi alors tant de fraudes en tous genres ? La légitimité des règles de notre vie quotidienne ne serait-elle pas reconnue ?

L'apport du jeu

Un petit détour par le jeu nous semble propice à l'approfondissement de cette réflexion. Dans le jeu dit « de société », chacun se soumet à des règles imaginaires « pour le plaisir » ! Ajoutons que celui qui ne s'y soumet pas ou commet une incartade est déclaré « hors-jeu ».

Quel plaisir peut-il y avoir à se soumettre volontairement à des règles fictives alors que, chaque jour, nous commettons tous, plus ou moins consciemment, des infractions aux règles réelles que la société à laquelle nous appartenons a édictées de manière démocratique ? Ce paradoxe paraît d'autant plus complexe quand on connaît la recrudescence des jeux de société pour adultes, des clubs de jeux, soirées jeux et autres « gamers » en tous genres.

Que fait le joueur ? D'où tire-t-il son plaisir ? En relation avec des partenaires, le joueur s'immerge dans une situation fictive où volontairement il respecte des règles d'actions particulières.

On retrouve bien, dans cette activité spécifique qu'est le jeu, les caractéristiques de l'autorité mises en évidence par les philosophes ci-avant. Quelle différence alors entre les règles de la société civile et celles de la société... ludique ?

Une première hypothèse est l'objectif personnel du joueur. En effet, chaque partenaire s'engage volontairement dans la partie avec l'intention de gagner, remporter la victoire avec ou contre les autres joueurs, selon le type de jeu.

Jeux de coopération ou de compétition, tous deux existent sur le marché du jeu adulte ; la compétition ne semble donc pas le moteur du plaisir ludique. De plus, tout citoyen est également engagé dans la vie avec l'objectif de s'y insérer de manière positive, de « gagner » sa vie.

Une seconde hypothèse s'impose : seraient-ce les règles du jeu qui attisent le plaisir du joueur ?

À l'observation, il apparaît effectivement que l'intérêt des protagonistes provient de l'usage personnel des règles : combinaisons inattendues de plusieurs règles, interactions particulières entre une situation ponctuelle et une règle, on parle de la stratégie du joueur.

Faut-il en conclure que c'est avec les règles que le joueur joue ? Peut-on jouer avec les règles ?

Jusque vers l'âge de 8 ans, les travaux de Piaget (1964) ont montré que les enfants ne s'autorisent absolument pas d'interroger la règle : immuable voire immanente, la règle est sacrée même s'ils ne la respectent pas de manière très rigoureuse à cet âge-là.

Ensuite, l'enfant accède à l'idée que la règle est consensus collectif et peut donc être revue si tous l'admettent. À partir de ce moment, le respect de la règle est soumis à une attention et un contrôle collectif constants.

Mais dans le jeu de société, il n'est ni question de revoir la règle, de l'adapter, ni d'envisager de ne pas s'y soumettre : pourquoi s'engager volontairement dans un jeu de règles pour tenter d'y échapper ?

Il semble donc que le comportement du joueur diffère de celui du citoyen alors même qu'il s'agit, bien souvent, de la même personne. Pourquoi le citoyen que nous sommes se soustrait-il aux règles de la société dès que l'occasion se présente alors que, dans un jeu, cette même personne se soumet volontairement, avec plaisir, à des règles qui contraignent son action ?

Serait-ce la « futilité » du jeu qui éloigne le joueur des contingences de la réalité et lui permet ainsi d'accéder à un comportement conforme à ce que la société attend de lui ?

L'issue du jeu n'a aucune conséquence pour le joueur : qu'il perde ou gagne, aucune suite ne s'en suivra dans la réalité. Il n'y aura pas d'amende, pas de retrait de permis, pas de punition, ni même de bic rouge. Et pourtant, c'est dans ces conditions-là que la personne semble le plus enclin au respect scrupuleux des règles... Toutefois, tout le monde s'accordera pour reconnaître que l'absence de conséquence ne résoudra pas nos problèmes d'incivisme quotidiens.

Une troisième hypothèse réside dans ce que Duflo appelle la légaliberté ou la liberté ludique.

« *Le jeu est l'invention d'une liberté dans et par une légalité* » (Duflo, 1997, p.57).

Duflo souligne le fait que dans le jeu, chaque joueur explore l'espace de liberté, la marge de manœuvre, la latitude créée grâce aux règles.

Ainsi, l'engagement dans un jeu de société serait quête de liberté personnelle à travers des règles bien précises.

« *Les règles du jeu créent des possibles et donc des options entre lesquelles il faut choisir. Ce choix réglé entre des décisions rendues possibles par la légalité ludique, c'est cela que nous appelons liberté ludique* » (Duflo, 1997, p.72).

Le plaisir attendu par tout joueur lorsqu'il s'engage dans un jeu serait-il lié à cette recherche de liberté ? Pourquoi cette liberté s'exerce-t-elle dans le respect des règles dans le cadre d'un jeu de société, là où elle se manifeste au contraire dans le non-respect de celles-ci dans la vie réelle ? Cette troisième hypothèse semble déboucher sur une nouvelle impasse pour comprendre notre problème.

C'est Henriot que nous convoquerons pour émettre une quatrième hypothèse liée à ce qu'il nomme l'attitude ludique.

Cette attitude est définie comme une disposition humaine liée à la disjonction entre le « moi » et le « je », qui permet à la personne d'être à la fois « acteur » et « observateur » de son action.

C'est une prise de distance par rapport à soi et à son action. Cette distanciation contraint le joueur à prendre du recul et se justifier par rapport à lui-même.

Pas question de se dédouaner, c'est un acte volontaire qui est commis à chaque tour de jeu et, un peu comme si son propre enfant était le témoin de ses infractions, le joueur s'engage intentionnellement.

Cependant, l'attitude ludique définie par Henriot comprend également la distanciation vis-à-vis de la situation. Le plaisir du joueur, son moteur, le désir qui lui fait s'engager dans le jeu, réside dans ce « second degré » qui met entre parenthèse la réalité et lui permet d'envisager tous les possibles, sans tenir compte des contingences du réel.

Et enfin, l'attitude ludique est distanciation par rapport à la règle. Pour Henriot, le jeu n'apparaît que lorsque meurt le « sacré » en tant qu' « obéissance aveugle » qui n'autorise aucun recul considéré d'emblée comme sacrilège.

Le jeu attend du joueur l'élaboration personnelle d'une stratégie, d'une combinaison peut-être inédite ou étonnante des règles qui lui permet d'accéder à son objectif. En acceptant de participer à un jeu, l'individu se lance un défi rationnel.

Synthèse

La pratique du jeu, de par son essence frivole, offre un espace - temps dégagé des lois de la productivité.

Le joueur se trouve dès lors engagé volontaire dans une entreprise qu'il a le loisir de mener à bien comme il l'entend grâce à son interprétation personnelle de la situation et le recours aux règles choisies et combinées par ses soins.

L'attitude ludique de distanciation par rapport à soi offre également une distanciation par rapport à la règle et à la situation.

Dans le jeu, on n'attend pas du joueur qu'il applique des règles à l'aveugle, qu'il enchaîne des comportements sans s'interroger sur leur sens ou qu'il agisse de manière rigide et mécanique.

Au contraire, le gagnant sera le plus souvent celui qui aura fait preuve de discernement et de souplesse dans l'élaboration de son action.

Dans le jeu, on ose se confronter à la norme : « *la règle comme rail guidant le comportement* » écrit Wittgenstein in Laugier (2006), tout en continuant, « *la règle comme interprétation sans cesse renouvelée* ».

Le défi du joueur serait donc d'arriver à ses fins dans le respect du cadre défini par les règles du jeu. On comprend dès lors que le non-respect de celles-ci ôte toute considération, toute attractivité même au jeu !

Il semble donc que l'attrait du jeu pourrait résider dans cette possibilité de choix : il s'agit, à chaque tour de jeu, de choisir quelle règle ou quelle combinaison de règles « adopter » et non pas « appliquer ».

Le joueur n'obéit pas à la règle, il choisit la règle qui lui permet de mettre en œuvre l'action qu'il projette. Quelle différence ?

À nos yeux, elle est de taille : en effet, l'impératif de choix engage pleinement l'individu dans ses actions. Grâce aux différents possibles qu'il s'agit d'envisager et d'organiser, l'individu est libre et responsable de ce qu'il fait et non pas soumis à des règles multiples dont il ne perçoit que rarement les relations et le sens.

Ainsi, il nous semble que le jeu permet aux joueurs de choisir, de prendre le temps d'envisager sereinement les différents possibles et leurs combinaisons, de les évaluer en connaissance de cause et de prendre sa décision librement avec discernement. Jouer permet à chacun d'exercer son libre choix.

Où, au sein de quelle institution, apprenons-nous à nos enfants, adultes de demain, à choisir sereinement, c'est-à-dire sans conséquence, une action à mener en référence aux règles qu'ils ont apprises, qu'elles soient règles du savoir (orthographe comme théorèmes), du savoir-vivre ou lois institutionnelles ?

L'école, comme la famille en tant que société, semble essentiellement concentrée sur l'apprentissage et l'application des règles, sans même toujours mettre en évidence le sens de celles-ci, leur utilité et les liens qu'elles entretiennent les unes par rapport aux autres.

Si l'apprentissage des règles est certes indispensable (comment jouer aux échecs si je ne connais pas le fonctionnement des règles de ce jeu ?), l'apprentissage du choix et de la combinaison des règles nous paraît tout aussi primordial si on veut que chacun puisse participer au grand jeu de la vie en société.

L'enjeu est de taille car il s'agit que chacun se conduise en tant que citoyen libre et responsable au sein de la société et, de plus, en retire du plaisir !

À nous de jouer !

Bibliographie

Arendt, H. (2007). *La crise de la culture*. Paris. Gallimard. Folio Essais. (1^{ère} édition 1961)

Duflo, C. (1997). *Jouer et philosopher*. Paris : P.U.F. Épuisé, en ligne en version intégrale sur Google Books :

<http://books.google.fr/>

Gadamer, H.-G. (1996). *Vérité et méthode*, Paris. Le Seuil. (1^{ère} édition 1960)

Henriot, J. (1989). *Sous couleur de jouer : la métaphore du ludique*. Paris : José Corti.

Kojève, A (2004). *La notion d'autorité*. Paris, Gallimard. NRF.

Laugier, S. (2006) in Laugier, S. &

Chauvire, C. (éd.) (2006). *Lire les recherches philosophiques de Wittgenstein*.

Paris : Vrin, pp. 131 – 156

Sur la ludification

Nicolas Ovigneur

Coordinateur et chef de projet à LUDO asbl

Défini simplement comme l'application des mécaniques du jeu à d'autres domaines, le terme ludification (ou « *gamification* » en anglais) est compris et employé de bien des manières.

Concept machiavélique de manipulation ou simple évolution du « bon point » de l'école? Mot à la mode apparenté à une coquille vide ou mouvement majeur en lame de fond? Qu'en est-il vraiment?

Mettre un peu plus de « fun » dans nos vies pour nous amuser plutôt que de nous ennuyer, tel est le principe. Il s'entend dans toutes les bouches comme une recette miracle à l'usage des publicitaires, journalistes, chefs d'entreprise, enseignants, médecins, formateurs, enfants ...

Les professionnels de l'entreprise ont commencé à entrevoir la porte aux merveilles qui conduirait à l'Eldorado de la motivation générale et de la boucle de l'engagement¹

Ce qui permettrait d'augmenter l'acceptabilité des tâches les plus ingrates en s'appuyant sur la prédisposition humaine au jeu. Belle idée s'il en est ... mais attention aux dérives : tout ne peut pas être jeu.

Steffen Walz, directeur du Laboratoire du jeu et de la gamification², rappelle ce qu'est un jeu :

"Les jeux demandent des espaces et des horaires définis. Ce sont des activités volontaires. Ce sont des systèmes qui ont des règles. Ils proposent des conflits, des choix, une narration, des objectifs à accomplir pour des buts qui peut déclencher la motivation intrinsèque du joueur."

...avant de lever les *a priori* sur la gamification :

« La gamification est un mauvais terme pour une bonne idée. La gamification, ce n'est pas créer un jeu avec lequel on gagne des points comme avec une carte de fidélité. On devrait plutôt parler de "pointification" pour désigner ces jeux qui nous rémunèrent par des points. »

Le jeu est avant tout un outil d'innovation. Sa conception a pour vocation le plaisir de jouer et l'interaction, et non le cumul de points. Il faut avant tout avoir une connaissance accrue de son public, jouer avec lui et préparer une stratégie afin de créer cet espace ludique dans lequel le joueur se plongera.

Les théories de la ludification

Les diverses théories de la ludification se déclinent souvent en quelques points clés.

Ainsi, pour Amy Jo Kim, spécialiste des communautés en ligne et cofondatrice de la société de jeux *Shuffle Brain*, la ludification se résume à cinq caractéristiques : collectionner ; gagner des points ; intégrer un mécanisme de feedback ; favoriser les échanges entre joueurs ; permettre la personnalisation du service.

Ray Wang, analyste technologique, propose deux approches dans *Software Insider*.

La première, assez classique, consiste en cinq points également : intrigue ; défi ; récompense ; statut ; communauté.

La seconde est plus originale. Il s'agit des sept péchés capitaux, qui pourraient être utilisés comme guide pour une "bonne pratique" de la *gamification* : paresse (originellement entendue comme intellectuelle) ; orgueil ; gourmandise (originellement entendu comme la glotonnerie) ; luxure ; avarice ; colère ; envie.

¹ <http://www.e-teach.ch>

² <http://www.geelab.rmit.edu.au/>

Cette dernière méthode de description nous semble néanmoins très difficile à mettre en œuvre. En effet, les interprétations multiples de péchés et le décalage avec le sujet traité en font un élément délicat à manier.

Vérifions ces classifications sur *Habitrpg*³, un jeu numérique dit « ludifiant » dont le but est de motiver à faire des tâches quotidiennes ou ponctuelles, à encourager les bonnes habitudes et réduire les mauvaises.

Chaque action « positive » permet de gagner de l'expérience, ou des ressources qui permettent de faire évoluer son personnage, gagner des objets ou encore des animaux. Par la suite, il est même possible d'en faire commerce.

Les « négatives » font perdre un niveau de vie à notre personnage (il peut donc mourir). Un système de lieux permet de rencontrer les autres joueurs.

Chaque niveau gagné en remplissant la « jauge d'expérience » est l'unique moyen de faire remonter la « jauge de vie », motivant ainsi fortement le joueur à valider ces tâches.

Ce jeu semble très immersif et plonge le joueur dans une quête qu'il ne peut concrétiser qu'en agissant dans le réel.

Selon la définition d'Amy Jo Kim on retrouve bien les éléments de collection de ressources, de gain de points, de retour sur ses actions (sanctionnés par un gain d'expérience ou une perte de points de vie), d'échange entre les joueurs avec les rencontres dans les différents lieux et le commerce et la possibilité de remplir ses propres tâches, et l'attribution de ses récompenses personnalisables.

Il en est de même pour la classification classique de Ray Wang, tout coïncide. On y retrouve tous les éléments décrits d'intrigue par la quête, de défis par la réalisation de ses objectifs, de récompense, de statut et de communauté.⁴

³ <https://habittrpg.com>

⁴ Notons que ces deux analyses conviennent également à d'autres activités sur réseau que l'on peut qualifier de ludifiées mais n'en appellent pas particulièrement au comportement sérieux

C'est pour la partie des 7 péchés capitaux que l'exercice se complique. Il est difficile de trouver une trace de l'un de ces 7 éléments dans la réflexion portée sur ce jeu.

Il existe évidemment bien d'autres classifications en fonction des professionnels qui l'utilisent et de leur secteur d'activité. Personnellement, j'ajouterais le côté immersif, qui me semble une base fondamentale pour transformer des corvées en jeu.

Ludifier sa vie

Beaucoup de jeux, notamment sur support numérique⁵, proposent sous l'égide de la ludification des défis de la vie de tous les jours proposant une accumulation de points, comme en témoigne l'article de Mathieu Shaer : « Comment j'ai "gamifié" mon quotidien ». Durant 7 jours, il tente toutes les applications *gamifiantes* qui se proposent à lui. De l'amélioration de sa vie de couple à la visite de lieux en passant par les tâches ménagères ou professionnels, toute sa vie y passe.

Il admet que son expérience d'une semaine, gérée par des applications lui permettant d'acquérir des points pour chaque action qu'il faisait, lui a apporté du plaisir : « *Après tout, ces chiffres étaient la preuve de mon zèle retrouvé.* »

C'est bien là que la réflexion se pose. Pour qu'il y ait jeu, il faut avant tout que l'activité soit vécue comme un jeu. L'esprit ludique est la composante fondamentale du jeu, bien plus que le support.

Un autre exemple de jeu en prise avec le réel, dans le milieu de l'éducation cette fois, est le jeu de rôle historique. Ce dernier met en scène les joueurs afin qu'ils revivent un moment fort de l'histoire.

du joueur. Il y a donc comme une ludification d'actes banals. Voir par exemple : <https://fr.eurobilltracker.com/> (n.d.l.r.)

⁵ Les jeux ludifiants sur support numérique sont appelés « *Jeux sérieux* » ou « *Serious games* »

Cette pratique permet un apprentissage beaucoup plus efficace et une appropriation par le vécu, facilitant l'implication des apprenants dans le processus éducatif. Seul bémol à ce tableau, l'aspect chronophage de la méthode, qui nécessite un choix stratégique de l'enseignant sur les points à aborder de cette manière.

La ludification, propagateur de l'esprit ludique ?

Tout ceci présente finalement la ludification comme une réponse à un besoin instinctif, celui de se divertir. C'est en tous cas ce que semble confirmer le succès des jeux sur support numérique que l'on peut observer dans les transports en commun, les rues et les supermarchés. Accrochés à leur boîte à jeu, dans leur monde virtuel, les joueurs en viennent même à perdre de vue leur vie. « J'en arrive même à me cogner dans la rue », m'a-t-on dit.

C'est pour moi le signal de la limite des bienfaits de ces jeux, numériques ou non. Comme pour toute chose, c'est l'utilisation qui en est faite qui détermine si une influence est bénéfique ou nuisible.

J'y vois le révélateur d'une tendance générationnelle. Un mélange subtil entre la fuite devant le réel et l'adaptation à ce dernier, qui est de plus en plus complexe (rapidité de l'information, mondialisation, sur-information).

Finalement, tout peut être un jeu... Survivre à un repas chez sa belle-mère comme on affronte un « boss de fin de niveau », ou défier les méandres de l'administration pour obtenir une attestation comme on chasse un trésor. Mais jusqu'à quel niveau est-ce souhaitable ?

La limite entre le réel et le jeu est une frontière subtile et difficilement domesticable comme l'énonce la théorie du « cercle magique ⁶ » de Huizinga. Utilisée à mauvais escient, cette nouvelle composante sociale pourrait devenir une nouvelle drogue. Le réel ne doit en aucun cas être confondu avec le moment de jeu ; sinon, il n'y a plus de réel mais surtout, il n'y a plus de jeu.

Références générales

<http://www.elgamificator.com>
<http://www.internetactu.net>
<http://owni.fr>
<http://fr.wikipedia.org/>

⁶ Le *cercle magique* est défini comme la zone psychologique du jeu : à l'intérieur du cercle, on est dans le jeu ; sinon on est en-dehors.

Expériences de jeu d'attente

Sabrina Messahel

Romaniste, assistante sociale spécialiste diplômée en Sciences et Techniques du Jeu

La Maison Médicale du Nord

La Maison Médicale du Nord est située dans le quartier Sainte-Marie à Schaerbeek et accueille beaucoup de familles d'origine turque et marocaine. Celles-ci sont souvent membres depuis quelques années, et s'y sentent donc particulièrement en confiance et en sécurité.

La maison médicale dispense des consultations sans rendez-vous du lundi au vendredi de 16h à 19h.

Pendant ces plages horaires, les patients s'inscrivent sur une liste dans leur ordre d'arrivée. Ils ne peuvent ensuite plus quitter le lieu et patientent donc en salle d'attente, parfois pendant près de deux heures.

Les animations ont donc été pensées pour remplir cet espace les lundis et les vendredis pendant trois semaines à partir de mi-mars, car il s'agit, selon le personnel, des jours rencontrant le plus d'affluence.

La salle d'attente est une pièce à part entière, qui communique toutefois avec le reste de l'infrastructure. Elle est séparée du bureau d'accueil par une vitre transparente ; un balcon permet une communication visuelle et auditive avec le premier étage, l'entrée de la salle n'est pas fermée par une porte et le mur intérieur qui la longe est ouvert à plusieurs endroits, permettant ainsi un contact visuel avec les cabinets se trouvant derrière celui-ci.

La salle d'attente comprend une grande et deux petites tables, un aquarium, deux rangées de six chaises, une bibliothèque, un coin muni de jeux pour les enfants de moins de six ans, deux plantes, une fontaine à eau et des magazines. Les enfants peuvent, s'ils le souhaitent, demander des feuilles de coloriage et des crayons à l'accueil.

Les animations ont été annoncées sur le tableau d'affichage à l'entrée de la salle d'attente, et aucune mention d'un public cible n'a été faite – ni enfants, ni adultes.

Une introduction de l'accueillant a été demandée à l'arrivée de chaque patient mais, la salle d'attente étant hors de portée d'écoute, elle ne peut être confirmée.

Dans la salle d'attente, une table haute a été tirée vers l'intérieur de la salle afin de se rapprocher du centre et de rendre l'animation visible du reste de la salle. Les jeux ont été disposés sur la table.

Il me semble important d'arriver avant les patients, afin de m'installer et d'accueillir les premiers : il m'est plus simple d'aborder une ou deux personnes plutôt que dix, et les patients semblent accepter davantage une invitation qui leur est directement adressée plutôt qu'une proposition lancée à un groupe.

En outre, il est plus engageant de se mettre au jeu lorsqu'on n'est pas observé par une demi-douzaine de personnes : l'atmosphère qui se crée à partir de ce moment est alors différente de la tension sous-jacente qui règne le reste du temps, peut-être créée par la fermeture de la salle d'attente et le nombre de personnes présentes en permanence.

Lorsqu'un jeu était en cours, et selon la nature de celui-ci, il pouvait avoir une influence sur l'ambiance de la salle : les jeux d'adresse attiraient l'attention des autres personnes, qui suivaient l'évolution de la partie et n'hésitaient pas à faire des commentaires ou à donner des conseils aux joueurs, parfois même du premier étage.

D'autres jeux, comme *Cardline*, me permettaient de m'adresser aux personnes présentes de manière plus légère, sans que le nombre de réponses reçues ne soit important.

Une invitation au jeu dans ce contexte particulier comporte selon moi au moins deux niveaux. L'un d'eux est l'acceptation du jeu en soi, et un autre est celui d'accepter de jouer dans une salle d'attente.

Afin d'accepter l'idée de jouer, encore faut-il qu'elle corresponde à notre représentation du jeu : or, les représentations sont fortement liées à notre contexte socioculturel.

En présentant des jeux pensés en Occident, est-il possible de toucher un public essentiellement turc et maghrébin ?

A-t-on tous la même idée de ce qu'est un jeu – ou pouvons-nous accepter comme un jeu et être tentés de jouer avec – un objet que l'on ne connaît pas, dont on n'a pas l'habitude, qui ne correspond pas à notre définition du jeu ?

Si l'on décide de pouvoir et de vouloir jouer avec ce que l'on nous propose, accepter de jouer dans une salle d'attente, c'est ensuite avoir la flexibilité d'esprit d'abstraire de la salle son potentiel d'espace de jeu, de la mettre en scène comme un lieu du monde réel, mais où l'on projette une dimension supplémentaire, qui est celle d'une scène de jeu.

L'exercice est d'autant plus périlleux qu'il est parfois impossible de s'abstraire de la situation vécue pour se projeter totalement dans la dimension ludique : la maladie peut se manifester physiquement ou mentalement, le médecin apparaît régulièrement afin de venir chercher un patient... Il n'est donc pas toujours possible d'ignorer tout ce qui ne se rapporte pas directement au jeu.

Sur les 85 personnes croisées dans la salle d'attente, une cinquantaine a accepté ce défi afin de partager un jeu avec moi. Parmi ceux-ci, une trentaine a répondu à une invitation directe, et une vingtaine a réagi à une partie en cours. La trentaine de personnes restantes ont, quant à elles, refusé de participer de près ou de loin à l'animation.

Parmi les patients, certains des enfants se sont instinctivement dirigés vers moi et se sont installés à ma table de jeu. Une jeune femme déjà aperçue à une séance a elle aussi accepté de jouer avec moi les deux autres jours où je l'ai croisée.

D'autres sont visiblement intrigués par la démarche, et essaient un jeu par curiosité. Quelques-uns me remercient après avoir joué, certains reviennent après leurs consultations pour rejouer.

Une jeune fille est arrivée guidée par l'accueillant et a fini par chercher avec sa mère la solution au *Tangram*.

Après la consultation, cette dernière est revenue pour demander à recopier sur un papier le puzzle et pouvoir l'emporter. Revenue un autre jour, la jeune fille est venue directement vers moi, accompagnée de sa petite sœur et de ses parents – qui se sont progressivement mêlés au jeu jusqu'à jouer à quatre. Une partie de la famille est restée pendant que l'autre allait en consultation et nous avons même tenté une conversation, bien qu'entre le français, le néerlandais et le turc nous n'ayons aucune langue en commun.

Il y a aussi ceux qui osent moins : celle à qui j'ai lancé une invitation un peu plus poussée parce que quelque chose dans son regard m'a dit que le refus n'était qu'une façade, et qui ensuite a continué à jouer avec moi pendant que la personne qu'elle accompagnait partait en consultation et jusqu'à ce qu'elle revienne – en prenant soin de terminer ses cartes avant de partir.

Une jeune fille que sa mère poussait à jouer est allée et venue devant la table occupée à jouer, a refusé les invitations mais a continué à nous observer fixement, jusqu'à se décider. Sans compter les parents pris au jeu par leurs enfants.

Chez ceux qui refusent l'invitation, il y a le mal de tête, le sentiment que l'heure de sa consultation est arrivée, la réticence devant un jeu qu'on ne connaît pas, qu'on a peur de ne pas comprendre et auquel on ne veut pas être maladroit.

Les personnes sont parfois invitées par quelqu'un d'autre que moi, ce qui n'empêche pas le refus. Et lorsque plusieurs personnes discutent, le jeu se met entre parenthèses.

Il était important pour le bien-fondé de l'animation, en maison médicale tout comme en file d'attente, de respecter les dispositions des personnes et le fait qu'une proposition de jeu puisse ne pas entrer dans leurs envies – du moment ou de manière générale – ou qu'ils puissent s'en désintéresser.

En effet, le jeu ne garantit ses bienfaits que lorsqu'il est choisi librement et sans contraintes. S'il est pratiqué à contrecœur, il y a fort à parier que le plaisir ne sera plus présent pour personne. C'est également pour cette raison que les jeux choisis permettaient d'interrompre rapidement une partie.

La présence assez forte d'enfants a quelquefois sauvé l'animation d'une désertion massive, et a aussi permis au reste de la salle ne serait-ce que de considérer celle-ci – sans compter les accompagnateurs pris à témoin ou sollicités pour jouer.

Cependant, la proportion parfois très élevée d'enfants pouvait donner l'impression d'avoir installé un « coin-garderie ». Cet effet était appuyé par certains accompagnateurs, qui disparaissaient purement et simplement sans demander s'il était possible que leur enfant reste jouer.

Dans ces moments-là, l'animation glissait ainsi jusqu'à être moins ouverte aux adultes, qui pouvaient ne pas s'identifier dans le moment de jeu créé par les enfants.

Il est aussi à constater qu'un animateur ne peut faire jouer de manière optimale qu'un maximum de cinq enfants à la fois, contre le double pour les adultes. La présence d'un deuxième animateur permet alors de toucher davantage de personnes, notamment via une autre approche.

Maison Médicale Neptune

La Maison Médicale Neptune se trouve dans le quartier Collignon à Schaerbeek, et son public est sensiblement le même que celui de la Maison Médicale du Nord. Le jeu y est déjà présent sous forme d'Espaces Jeux où parents et enfants viennent ensemble partager un jeu de société le mercredi après-midi.

Dans le but de faire connaître cette activité, l'équipe avait en 2010 mené quelques animations de jeux en salle d'attente, de manière ponctuelle. En introduisant mon projet en salle d'attente, j'ai par la même occasion été engagée comme animatrice à l'Espace Jeux.

Ce travail complémentaire m'a permis de communiquer beaucoup plus régulièrement avec Félicia Di Cecco, la personne m'ayant accueilli à la maison médicale et avec qui je travaille à l'Espace Jeux.

Par ce moyen, j'étais aussi deux fois plus présente sur mon lieu d'activité, ce qui m'a permis de mieux cerner les actions de la maison médicale, de me sentir plus investie dans le projet que j'y menais, mais aussi de mieux connaître son public et les personnes y travaillant.

La salle d'attente se trouvant dans hall d'entrée, elle constitue un lieu de passage obligé pour entrer ou sortir de l'établissement. On y trouve cinq chaises, une table basse, un boulier géant et un présentoir avec brochures et magazines.

Une table haute ainsi que quatre chaises y ont été amenées, et les jeux y sont disposés. La sélection de jeux était la même qu'à la Maison Médicale du Nord, mis à part le *Gambit 7*, le nombre de personnes présentes dans la salle d'attente et leur temps d'attente n'étant pas suffisant.

Les jeux communicatifs avaient ici comme objectif de mobiliser un nombre plus réduit de personnes, et notamment l'accueillante.

Les animations se sont déroulées de mi-mars à mi-mai, à raison de trois heures par semaine, le lundi de 11h à 13h et de 14h à 15h.

Cet horaire correspondait à la présence à l'accueil d'une accueillante particulièrement enthousiasmée par le projet, qui a pu le communiquer de manière spontanée aux patients et ainsi amorcer l'animation de manière positive.

Entendre cette introduction et avoir en face de moi une personne convaincue du bienfondé de ma démarche m'a beaucoup aidé à lancer mon animation – surtout les premières séances.

Il était également intéressant d'avoir le temps de discuter avec les membres de l'équipe – avec qui je mangeais à chaque séance – afin de les connaître un peu mieux et de me sentir intégrée au lieu, outre le fait que l'on parlait occasionnellement de la manière dont se déroulaient mes animations.

Les animations ont également été annoncées en permanence via une affiche à côté du bureau d'accueil, sans aucune mention d'un public cible. Au mois d'avril, ma présence a également été signalée dans le petit journal trimestriel de la maison médicale.

Etant donné que la maison médicale ne dispense que des consultations sur rendez-vous, les patients viennent à intervalles plus espacés, et ne patientent parfois pas très longtemps.

Cependant, ils peuvent arriver à plusieurs, jusqu'à vingt minutes avant leur consultation, et la présence de plusieurs médecins et kinésithérapeutes augmente la probabilité de trouver plusieurs personnes en salle d'attente – sans pour autant que je voie plus d'une demi-douzaine de personnes en même temps.

Parmi la quarantaine de patients rencontrés, les trois quarts ont accepté de partager un jeu avec moi.

Une petite partie d'entre eux a rejoint une partie en cours, mais j'ai invité la grande majorité de manière directe – notamment parce que l'organisation du lieu me permettait d'aborder davantage les personnes une à une.

La possibilité d'aborder presque chaque nouvelle personne de manière personnelle – et privée, étant donné qu'elle était souvent seule dans la salle d'attente hormis l'accueillante – a été très positive, ce qui m'amène à penser que les personnes étaient davantage touchées que lorsqu'elles étaient invitées de manière générale.

Certains se sont arrêtés pour jouer alors qu'ils venaient seulement prendre rendez-vous ou sortaient de leurs consultations ; certains ont fait quelques parties avant de s'arrêter, tandis que d'autres sont revenus finir la partie interrompue par la consultation.

Quelques-uns se sont lancés malgré l'hésitation – l'une pense souffrir d'un manque de concentration, l'autre à cause d'un poignet opéré il y a peu.

Il y a ceux qui remercient en partant et ceux que j'ai revus, comme cet homme âgé que l'on avait redirigé vers moi pour qu'il puisse jouer, et qui a renouvelé l'expérience un autre jour. Ou cette mère qui me dit qu'à présent qu'il y a cette animation, ses enfants viendront aussi et qui, à l'appel du médecin, répond qu'elle est en train de jouer. Elle revient ensuite terminer sa partie, et revient une autre fois avec son fils, qu'elle laisse d'abord jouer et qui reste avec moi le temps de sa consultation. À son retour, ils ont également le loisir de partager quelques parties avant de repartir.

Parmi les parties jouées, certaines ont vu des parents jouer avec leurs enfants et d'autres ont vu la participation de l'accueillante, d'un futur médecin de l'équipe ou de délégués pharmaceutiques, qui n'ont pas hésité plus que d'autres à poser leurs tiges ou leurs cartes.

Il y a aussi eu des témoins impliqués, comme cet homme de passage qui s'est arrêté en sortant devant notre *Suspend*.

Nous ayant proposé que la perdante offre à manger aux deux autres, nous avons tous été déçus d'achever la partie sans aucune erreur.

La présence des jeux a aussi provoqué des questions chez certains, qui ont cherché à savoir leurs noms, où l'on pouvait se les procurer, ce qu'ils venaient faire dans leur salle d'attente... J'en ai vu jouer quand je n'étais pas là, essayer chacun des jeux présents, perdre continuellement mais continuer à demander une autre partie, me demander à quels moments j'étais là, ou encore penser à revenir exclusivement pour l'animation.

Une dizaine de patients n'ont pas voulu jouer : certains ont regardé d'autres jouer, tandis que d'autres n'ont manifesté aucun intérêt pour l'animation. Il était également possible pour les patients peu enthousiastes ou souffrants de patienter à l'étage, mais ils n'ont pas eu recours à cette alternative.

Épilogue

Bien que le but et les moyens des animations aient été les mêmes dans les deux maisons médicales, il est peu pertinent et impossible de les comparer scrupuleusement, car celles-ci présentent des différences malgré leur localisation à Schaerbeek et la similitude de leurs publics, à savoir un grand nombre de personnes d'origine turque ou marocaine.

Premièrement, la taille de l'infrastructure et le nombre de personnes dans l'équipe diffèrent largement, la Maison Médicale du Nord ayant plus de surface et de personnel. La Maison Médicale du Nord offre des consultations sans rendez-vous, durant lesquelles la salle d'attente peut accueillir une quinzaine de personnes, tandis que la Maison Médicale Neptune prévoit toutes ses consultations et ne voit guère plus d'une demi-douzaine de patients dans sa salle d'attente.

L'une dispose d'une grande salle d'attente où se trouvait tout le matériel nécessaire à l'animation, quand celle de l'autre se trouve dans le hall d'entrée et a nécessité d'ajouter une table et des chaises afin de pouvoir mener l'animation.

Les animations se sont déroulées d'une part deux fois par semaine pendant trois semaines en fin de journée, et d'une autre une fois par semaine pendant six semaines en matinée et début d'après-midi.

Contrairement à ce que j'ai pu imaginer, la disposition matérielle des lieux (à savoir, la présence ou non d'une salle d'attente dédiée ainsi que sa dimension) a moins influencé l'animation que le dialogue et l'implication de l'équipe médicale, le temps passé dans l'établissement et le fait d'être installée dans une structure qui utilise déjà le jeu dans ses activités.

Malgré les différences, les jeux utilisés pour l'animation ont été sensiblement les mêmes : quelques jeux de réflexion – à deux ou à quatre – afin de ne pas brusquer le niveau sonore, ainsi que des jeux d'adresse pour faire jouer tout le monde sans discrimination.

Parmi ces derniers, il est à noter que *Suspend* est particulièrement intéressant comme moyen d'attirer l'attention et de favoriser l'intérêt des personnes non joueuses dans la situation de jeu.

D'autres jeux visaient, quant à eux, l'implication des autres personnes présentes dans la salle, à plus forte raison dans une salle d'attente peuplée. Dans tous les cas, les jeux se devaient de pouvoir être expliqués rapidement, de mettre le moins possible les participants en difficulté et de permettre de jouer à partir de cinq ans.

La sélection des jeux permettait de jouer en solitaire et jusqu'à un nombre indéfini de personnes, avec parfois la possibilité d'inclure ou d'exclure des joueurs en cours de partie. Ils avaient également des tours de jeu rapides, et certains pouvaient être clôturés facilement afin de réduire le temps de jeu.

J'ai rencontré à la Maison Médicale du Nord deux fois plus de patients qu'à la Maison Médicale Neptune, bien que mon taux d'invitations acceptées y ait été plus faible (57% contre 76%).

La proportion d'enfants y a été plus élevée – ce qui amenait parfois presque totalement l'animation vers ce public –, et les temps de jeu nettement plus longs.

J'y ai également davantage revu des patients, bien que l'étalement des animations ait été plus réduit.

À la Maison Médicale Neptune, les patients étaient davantage invités un à un, à leur arrivée : le lien se créait alors plus entre moi et le patient qu'entre les patients eux-mêmes, même s'ils ont joué ensemble à plusieurs occasions.

À la Maison Médicale du Nord, une partie du défi était de faire jouer plusieurs patients, d'intéresser et d'impliquer le reste de la salle via un jeu en cours : la mise en lien concernait alors davantage les patients entre eux.

Comme, dans les deux cas, une invitation directe et personnelle semblait être une bonne manière de toucher le public, la présence d'un animateur semble essentielle afin que les jeux soient exploités, et qu'ils mènent à des parties qui satisfassent les joueurs.

Les réactions aux animations ont été diverses, mais le plus souvent très positives : aucune agressivité ni mauvaise humeur, aucun mépris ou réaction négative n'ont été exprimés par les patients, invités ou non au jeu, qu'ils aient participé ou non à l'animation.

Les patients ont souvent été intrigués ou surpris par l'initiative, mais beaucoup d'entre eux s'y sont essayé de bon cœur, voire avec enthousiasme. Quelques-uns ont eu certaines réticences, d'autres se sont contentés de regarder le jeu en cours, mais une grande majorité d'entre eux ont eu un regard bienveillant sur l'animation.

Sommaire du n° 4 (hiver 2014)

Dossier « jeux et quotidien »

Une nouvelle ère de la gamification ?

Thibault Philippette..... 1

Et si le jeu nous apprenait le libre choix ?

Sylvie Van Lint – Muguerza..... 6

Sur la ludification

Nicolas Ovigneur 10

Expériences de jeu d'attente

Sabrina Messahel 13