

**Faculté des sciences économiques,
sociales, politiques et de communication**

L'influence des surcouches de gamification sur l'engagement et la rétention des joueurs de jeux vidéo

Auteur : Durant Hugo

Promoteur(s) : Philippette Thibault

Année académique 2022-2023

Intitulé du master et de la finalité : Master STIC, finalité gestion du numérique

Remerciements

Je tiens tout d'abord à exprimer ma gratitude envers M. Thibault Philippette pour sa direction précieuse, ses conseils éclairés et son soutien lors de l'élaboration de ce mémoire. Sa passion pour le sujet et son dévouement à l'excellence académique ont été une source d'inspiration tout au long de ce parcours.

Mes remerciements vont également à tous les membres de mon jury pour avoir accepté de consacrer leur temps et leur expertise à évaluer ce travail.

Je tiens à exprimer ma reconnaissance envers l'Université Catholique de Louvain pour avoir mis à ma disposition les ressources nécessaires pour mener à bien cette recherche.

Je suis profondément reconnaissant envers mes parents pour leur soutien inébranlable et leurs encouragements tout au long de mes études. Leur compréhension pendant les moments où j'ai dû me consacrer entièrement à ce projet, ainsi que l'opportunité qu'ils m'ont offerte de pouvoir poursuivre un master, ont été inestimables.

Enfin, je tiens à remercier tous ceux qui, de près ou de loin, ont contribué à la réalisation de ce mémoire. Leur appui moral et leur encouragement ont été des moteurs essentiels tout au long de ce périple académique.

Table des matières

Remerciements	3
Table des matières	4
Table des figures	6
I) Introduction à la problématique - question de recherche	7
II) Etat de l'art	8
A) La gamification et ses leviers	8
1) Le concept de gamification.....	8
2) Les surcouches de gamification	12
B) Théories de l'engagement et de la rétention.....	16
1) Théories de l'engagement.....	16
1.1) La théorie des usages et gratifications.....	16
1.2) La théorie du flow	18
1.3) La théorie de l'autodétermination	19
1.4) La théorie de l'auto-efficacité.....	21
1.5) La théorie de l'implication.....	22
2) Théories de la rétention	24
2.1) La théorie de l'attachement.....	24
2.2) La théorie de l'expérience utilisateur	26
2.3) La théorie de la gratification différée	28
2.4) La théorie de l'immersion	29
C) Exemple de cas	30
III) Cadre méthodologique	32
A) Méthodologie de la recherche.....	32
1) Méthodes de collecte de données.....	32
2) Population et échantillonnage.....	33
3) Guide d'entretien	34
IV) Résultats et interprétations	36
A) Interprétation des données.....	36
1) Résultats du questionnaire préliminaire	36
2) Résultats du test de connaissances	40
3) Résultats de l'entretien directif.....	41

B)	Synthèse des résultats.....	67
1)	Données quantitatives – Questionnaires	67
2)	Données quantitatives – Tests de connaissances	68
3)	Données qualitatives – Entretiens.....	68
4)	Comparaison des données quantitatives et qualitatives	72
V)	Conclusion.....	73
A)	Discussions des résultats	73
B)	Limites de la recherche	75
C)	Conclusion générale.....	76
VI)	Bibliographie	79

Table des figures

Figure 1 - Periodic Table of Gamification Elements.....	14
Figure 2 - Continuum d'autodétermination	20
Figure 3 - Carte conceptuelle participant n°1	44
Figure 4 - Carte conceptuelle participant n°2	45
Figure 5 - Carte conceptuelle participant n°3	46
Figure 6 - Carte conceptuelle participant n°4	47
Figure 7 - Carte conceptuelle participant n°5	48
Figure 8 - Carte conceptuelle participant n°6	49
Figure 9 - Carte conceptuelle participant n°7	50
Figure 10 - Carte conceptuelle participant n°8	51
Figure 11 - Carte conceptuelle participant n°9	52
Figure 12 - Carte conceptuelle participant n°10	53
Figure 13 - Carte conceptuelle participant n°11	54
Figure 14 - Carte conceptuelle participant n°12	55
Figure 15 - Carte conceptuelle participant n°13	56
Figure 16 - Carte conceptuelle participant n°14	58
Figure 17 - Carte conceptuelle participant n°15	59
Figure 18 - Carte conceptuelle participant n°16	60
Figure 19 - Carte conceptuelle participant n°17	62
Figure 20 - Carte conceptuelle participant n°18	63
Figure 21 - Carte conceptuelle participant n°19	64
Figure 22 - Carte conceptuelle participant n°20	66

I) Introduction à la problématique - question de recherche

Depuis le début des années 2000, le progrès technologique s'est déployé remarquablement, laissant une empreinte significative sur divers aspects de notre quotidien, de l'économie et de la société en général, y compris le secteur des jeux-vidéos. Cette industrie prolifique n'a de cesse de se transformer à mesure que de nouvelles technologies émergent afin d'offrir à ses consommateurs des expériences toujours plus captivantes et novatrices. Simultanément, les méthodes de gamification ont évolué, cherchant à introduire des innovations qui visent à améliorer l'engagement et la fidélisation des joueurs. Cela se manifeste, par exemple, dans le perfectionnement des graphismes pour créer une expérience visuelle immersive, ou encore dans le développement de l'IA qui permet de proposer des défis en fonction des compétences individuelles des joueurs. En suivant le rythme des avancées technologiques, les studios de développement et d'édition de jeu affinent leurs compétences, tout en améliorant la manière dont ils provoquent l'engagement et la rétention des joueurs à travers les mécanismes de gamification intégrés à leurs productions.

Les jeux-vidéo ont considérablement évolué, passant de simples divertissements à des univers interactifs complexes, captivants et souvent immersifs. Au cœur de cette transformation, la gamification a émergé comme une réponse novatrice visant à stimuler l'engagement et à prolonger la durée de vie des jeux. Cependant, au-delà des éléments visibles tels que les pixels et les manettes, elle soulève des questions plus profondes sur la psychologie des joueurs, les mécanismes de motivation et les dynamiques complexes qui entourent l'expérience vidéoludique. En explorant les rouages subtils qui animent l'interaction entre les joueurs et leurs mondes virtuels, ce mémoire s'insère dans une ère dynamique où la gamification joue un rôle central dans l'évolution continue de l'expérience vidéoludique. C'est dans ce contexte que s'inscrit cette étude, se penchant attentivement sur l'influence des surcouches de gamification sur l'engagement et la rétention des joueurs de jeux-vidéo.

L'élaboration de la question de recherche résulte d'une combinaison d'échanges intellectuels et de l'assimilation critique des connaissances existantes dans le domaine. Son objectif est d'apporter des éclairages novateurs sur un aspect spécifique de l'influence de la gamification dans l'industrie du jeu vidéo. À travers la partie théorique, une analyse approfondie de trois notions récurrentes relevées de la littérature sera consacrée : la gamification et ses leviers, la notion d'engagement et la notion de rétention. Ces concepts ont servi de fondement à l'élaboration de la méthodologie.

En adoptant une méthodologie mixte, alliant des approches qualitative et quantitative, des données ont été collectées auprès d'un panel de 20 participants au cours de deux phases distinctes. La première, "antérieure", utilise un questionnaire pour recueillir des informations sur les participants. La deuxième, "ultérieure", implique des sessions de jeu, accompagnées d'entretiens directifs pour explorer les expériences des participants.

Suite aux entretiens, les données recueillies seront utilisées dans la partie analytique afin de fournir une perspective approfondie sur l'influence des surcouches de gamification sur l'engagement et la rétention des joueurs de jeux vidéo ayant accepté de participer aux entretiens organisés.

II) Etat de l'art

A) La gamification et ses leviers

1) Le concept de gamification

La gamification¹, ou ludification, est un concept qui a gagné en popularité ces dernières décennies, trouvant des applications dans divers domaines tels que l'éducation, le marketing, la gestion des ressources humaines et la santé. De manière assez simple, elle se définit par l'intégration de mécanismes ludiques, dérivant majoritairement de jeux vidéo, dans des contextes divers et variés à l'origine non ludiques pour améliorer l'engagement, la motivation et la fidélisation des utilisateurs. Elle tire ses origines de plusieurs disciplines et domaines qui ont jeté les bases de cette pratique en explorant divers concepts et mécanismes qui ont influencé son développement ultérieur. Tout d'abord, la psychologie comportementale a apporté une contribution significative en mettant en lumière des principes fondamentaux qui sous-tendent la gamification avec le concept du conditionnement opérant². Développé par B.F. Skinner (1930, 1940), ce concept a démontré comment les récompenses et les punitions peuvent influencer le comportement humain.

¹ cmim_fr. (2020, juin 19). Gamification : Qu'est-ce que la gamification? cmim. <https://www.cmim.fr/gamification/>

² Rodríguez, E. M. (2019, mars 17). Qu'est-ce que le conditionnement opérant? Nos Pensées. <https://nospensees.fr/quest-ce-que-le-conditionnement-operant/>

De même, les recherches d'Edward Deci et Richard Ryan dans les années 1970 sur la motivation intrinsèque et extrinsèque³ ont mis en évidence l'importance de comprendre les motivations internes et externes des individus, des concepts essentiels pour concevoir des systèmes gamifiés efficaces. Ensuite, la théorie des jeux⁴, développée par John von Neumann et Oskar Morgenstern (1940), a également contribué à façonner la gamification. Cette théorie analyse les stratégies de décision et les interactions entre les participants, fournissant ainsi un cadre conceptuel pour comprendre les aspects de compétition et de collaboration présents dans les systèmes gamifiés. De plus, les programmes de fidélisation⁵ mis en place par les entreprises depuis les années 1950 ont également joué un rôle crucial dans l'évolution de la gamification. En utilisant des systèmes de points et de récompenses pour encourager la fidélité des clients, ces programmes ont démontré comment des incitations tangibles peuvent influencer le comportement des consommateurs, offrant ainsi un modèle pour la conception de systèmes gamifiés. Enfin, le design des premiers jeux vidéo des années 1970 et 1980 a également contribué aux fondements de la gamification. L'explosion initiale de l'industrie du jeu-vidéo remonte aux années 80 avec l'essor des jeux d'arcade. En étudiant cet événement, des chercheurs⁶ constatent que l'attrait ludique d'un jeu incite les joueurs à s'y investir pour une longue durée. Ces jeux ont introduit des éléments tels que les points, les niveaux et les badges, démontrant ainsi comment captiver et retenir l'attention des utilisateurs à travers des mécanismes ludiques. Cette constatation a suscité l'intérêt des scientifiques quant aux effets que les éléments ludiques pourraient avoir dans des contextes dépassant le simple divertissement. Suite à la réflexion sur l'intégration du « game design » pour stimuler l'engagement dans des contextes nouveaux, différentes sources d'inspirations ont vu le jour, telles que les "Serious Games"⁷.

³ Lachapelle, Y., Fontana-Lana, B., Petitpierre, G., Geurts, H., & Haelewyck, M.-C. (2022). Autodétermination : Historique, définitions et modèles conceptuels. *La nouvelle revue - Education et société inclusives*, 94(2), 25-42.

⁴ The Decision Lab. (2023). Théorie des jeux. The Decision Lab. Consulté 2 juin 2024, à l'adresse <https://thedecisionlab.com/fr/reference-guide/economics/game-theory>

⁵ Gamification : Définition & Guide 2024. (s. d.). Drimify. Consulté 2 juin 2024, à l'adresse <https://drimify.com/fr/gamification/>

⁶ Bonenfant, M. (2023). L'extension du jeu : La ludification. In S. Genvo & T. Philippette (Éds.), *Introduction aux théories des jeux vidéo* (p. 75-84). Presses universitaires de Liège. <https://doi.org/10.4000/books.pulg.26189>

⁷ Philippette, T., & Preat, C. (2023). Jeux vidéo et apprentissage(s). In S. Genvo (Éd.), *Introduction aux théories des jeux vidéo* (p. 381-393). Presses universitaires de Liège. <https://doi.org/10.4000/books.pulg.26419>

De ces investigations a émergé le terme de "gamification", bien que le concept soit relativement ancien. C'est à partir de 2010, que le terme a pris en notoriété, atteignant une portée mondiale et donnant lieu à la mise en place d'un réseau de recherche dédié. Deterding et al. (2011) donnent une définition princeps⁸ de la gamification qui la décrivent comme : « the use of game design elements in non-game contexts ». Sur base de celle de Deterding et al. (2011), bon nombre de chercheurs ont amené leurs propres recherches, tant bien qu'il existe pas moins de 21 publications qui viennent afin élargir les caractéristiques du concept. Sans rentrer dans les détails, deux groupes de pensées se distinguent. Pour certains, la gamification est un processus qui repose sur l'amplification de la motivation et l'engagement, alors que pour d'autres la gamification est un résultat qui dépasse la conception des interfaces et aboutit à un changement comportemental et attitudinal.

Ainsi , selon Marache-Francisco (2014) la gamification correspond à : « L'emploi d'éléments de jeux dans des systèmes non-jeu généralement numériques, qui soient adaptés au profil des utilisateurs à des fins de motivation et d'engagement, avec un accent mis sur une participation agréable, voire de l'amusement ». ⁹

Malgré l'incertitude quant à l'avenir, le concept ne cesse de croître en popularité, étant adopté dans de nombreux domaines et secteurs diversifiés, qui exploitent les mécanismes de jeu pour stimuler l'engagement, motiver les individus et atteindre des objectifs spécifiques. Voici quelques contextes où la gamification a trouvé des applications significatives¹⁰ :

- Marketing : Mise en place de campagnes de promotions basées sur des éléments ludiques (ex : concours, défis, ...) pour attirer l'attention des consommateurs .
- Commerce : Création de systèmes de fidélité gamifiés, comme que la collecte de points via une application pour récompenser les clients et les encourager à rester engagés.
- Santé (physique et mentale) : Utilisation de jeux et d'applications gamifiées dans le but de promouvoir un style de vie sain, de suivre les activités physiques et de gérer la santé. Il existe également des applications conçues pour faciliter la gestion du stress.

⁸ Brassier, P., & Ralet, P. (2021). La gamification pour apprendre : Perceptions des acteurs et pistes de développement: @GRH, N° 39(2), 29-60. <https://doi.org/10.3917/grh.212.0029>

⁹ Marache-Francisco, C. (2014). Gamification des interactions humain-technologie : Représentation, conception et évaluation d'un guide pour la gamification des interfaces.

¹⁰ Gamification. (2024). In Wikipedia. <https://en.wikipedia.org/w/index.php?title=Gamification&oldid=1226472816#Applications>

- Entreprise : Intégration de la gamification pour susciter l'engagement des employés encourager l'innovation et atteindre les objectifs organisationnels. Dans le cadre plus spécifique des ressources humaines, cela peut également contribuer au processus de recrutement, de formation et de gestion des ressources humaines, dans le but d'améliorer la productivité et de renforcer la collaboration.
- Éducation : Incorporation de mécanismes de jeu au sein des programmes éducatifs pour rendre l'apprentissage plus interactif et stimulant.

En lien avec cet ouvrage, le lien entre la gamification et les jeux vidéo est inévitable. En effet, ils partagent une relation symbiotique, où chacun influence et enrichit l'autre. Les jeux vidéo, en tant que medium interactif, ont naturellement intégré des éléments de gamification depuis leurs débuts. De même, la gamification, qui consiste à utiliser des mécanismes de jeu dans des contextes non ludiques, trouve dans les jeux vidéo un terrain propice à son développement et à son application. Cette relation est profondément ancrée dans les mécanismes de motivation et d'engagement. Les jeux vidéo, avec leur capacité à captiver les joueurs et à maintenir leur intérêt pendant de longues périodes, ont servi de modèle pour la gamification dans divers contextes non ludiques, par le biais des éléments de design de jeu. Ainsi, la gamification a adopté de nombreux éléments¹¹ comme :

- Mécanismes de jeu : Les jeux vidéo intègrent divers éléments de design pour captiver et motiver les joueurs, tels que des systèmes de points, de badges, des niveaux de progression, ainsi que des classements et des défis. Ces mécanismes sont repris dans la gamification pour rendre des activités non ludiques plus engageantes et stimulantes. Par exemple, dans le marketing et les programmes de fidélisation, les clients accumulent des points pour des achats, ce qui est similaire aux jeux vidéo. Les badges sont utilisés dans les programmes de formation professionnelle pour reconnaître les compétences, ce qui est également inspiré par les jeux vidéo.
- Engagement et motivation : Les jeux vidéo sont réputés pour immerger les joueurs dans des univers interactifs et narratifs. Cette immersion a été adaptée dans la gamification pour stimuler l'engagement des utilisateurs dans des contextes non ludiques. Les jeux vidéo exploitent la motivation intrinsèque des joueurs, où le plaisir et la satisfaction de jouer sont les principales motivations. La gamification cherche à susciter une motivation similaire en rendant les tâches quotidiennes plus agréables et gratifiantes.

¹¹ Legolas. (2022, mars 29). Les mécaniques efficaces des jeux vidéo pour booster la jouabilité – LegolasGamer. <https://legolasgamer.com/les-mecaniques-de-jeux-video-qui-boostent-la-jouabilite/>

De plus, les systèmes de gamification offrent un feedback immédiat à travers des notifications, des points et des récompenses, similaire aux retours en temps réel dans les jeux vidéo.

- Motivation et compétition : Les jeux vidéo exploitent la motivation intrinsèque et extrinsèque des joueurs pour les inciter à atteindre des objectifs et à surmonter des défis. La gamification utilise ces principes pour motiver les utilisateurs dans divers contextes, par exemple en utilisant les défis et les quêtes dans les programmes de formation et de développement personnel pour les motiver à atteindre des objectifs spécifiques. De plus, les classements favorisent également une compétition saine, augmentant l'engagement et la performance.
- Personnalisation et adaptation : Les jeux vidéo offrent des expériences personnalisées et adaptatives pour répondre aux préférences et aux compétences des joueurs. La gamification applique ces principes pour améliorer l'expérience utilisateur, par exemple en personnalisant les parcours d'apprentissage des plateformes éducatives et en adaptant les défis selon des compétences des utilisateurs, ce qui améliore l'engagement et diminue la frustration.

2) Les surcouches de gamification

La gamification, souvent définie comme l'intégration d'éléments de jeu dans des contextes non ludiques, repose sur une variété de mécanismes conçus pour contribuer à la rétention et à l'engagement des utilisateurs. Ces mécanismes s'appuient principalement sur les principes de conception de jeu et exploitent les dynamiques psychologiques du comportement humain pour rendre les activités plus interactives et attractives. Ils résultent de la fusion de ces concepts avec les progrès technologiques et les besoins croissants d'engagement dans divers secteurs. En résumé, les mécaniques, ou surcouches, de gamification sont des éléments ajoutés à une expérience existante visant à la rendre plus ludique et motivante. Elles comprennent des éléments tels que des règles, des designs et des outils comme les badges, les niveaux, les objectifs ou les défis, empruntés aux jeux vidéo. Le choix de ces éléments contribue à façonner le gameplay, influençant ainsi les réactions émotionnelles du joueur pendant le jeu. Il existe une multitude de mécaniques de gamifications, pouvant être adaptées selon le contexte.

C'est le choix avisé de ces mécanismes en fonction des objectifs spécifiques et du public cible qui permet aux concepteurs de créer un gameplay captivant, pouvant attirer et maintenir l'attention des utilisateurs. Il existe un total de 52 éléments de gamification¹² classés en 8 catégories, à savoir :

- Général : Cette catégorie regroupe les mécanismes qui sont utilisés de manière générale dans la gamification et qui peuvent s'appliquer à différents contextes. Cela inclut des éléments tels que les tutoriels, les signaux visuels, les éléments de progression et de feedback, les thèmes visuels, les récits narratifs, les surprises, et la pression du temps.
- Reward Schedule : Ces mécanismes concernent la distribution des récompenses dans le temps. Cela inclut des récompenses aléatoires, programmées ou basées sur une certaine temporalité pour maintenir l'intérêt des utilisateurs sur une période prolongée
- Socialiser : Cette catégorie englobe les mécanismes qui encouragent l'interaction sociale entre les utilisateurs. Cela peut inclure la création de guildes ou d'équipes, les fonctionnalités de réseau social, la reconnaissance du statut social, ...
- Free Spirit : Ces mécanismes sont destinés à motiver les utilisateurs par l'exploration, la créativité et la liberté. Cela peut inclure des éléments tels que l'exploration de contenu, les choix multiples, la découverte d'éléments cachés, les outils de personnalisation, ...
- Achiever : Cette catégorie vise à satisfaire les utilisateurs motivés par les défis et les réalisations. Cela inclut des éléments tels que les défis, les quêtes, les niveaux de progression, les certificats de réussite, ...
- Philanthropist : Ces mécanismes encouragent les utilisateurs à aider les autres et à contribuer à des causes ou des objectifs plus larges. Cela peut inclure des éléments tels que le sens du but, le partage de ressources, le don, ...
- Disruptor : Cette catégorie concerne les utilisateurs motivés par le changement et l'amélioration. Cela inclut des éléments tels que l'innovation, la participation à des plateformes de co-création, la voix de l'utilisateur, ...
- Player : Ces mécanismes visent à satisfaire les utilisateurs motivés par leur propre succès et leur progression personnelle. Cela peut inclure des éléments tels que les points, les récompenses matérielles, les classements, ...

¹² Marczewski, A. (2017, février 28). 52 Mécaniques et éléments de gamification—Gamified UK - #Gamification Expert. <https://www.gamified.uk/user-types/gamification-mechanics-elements/>

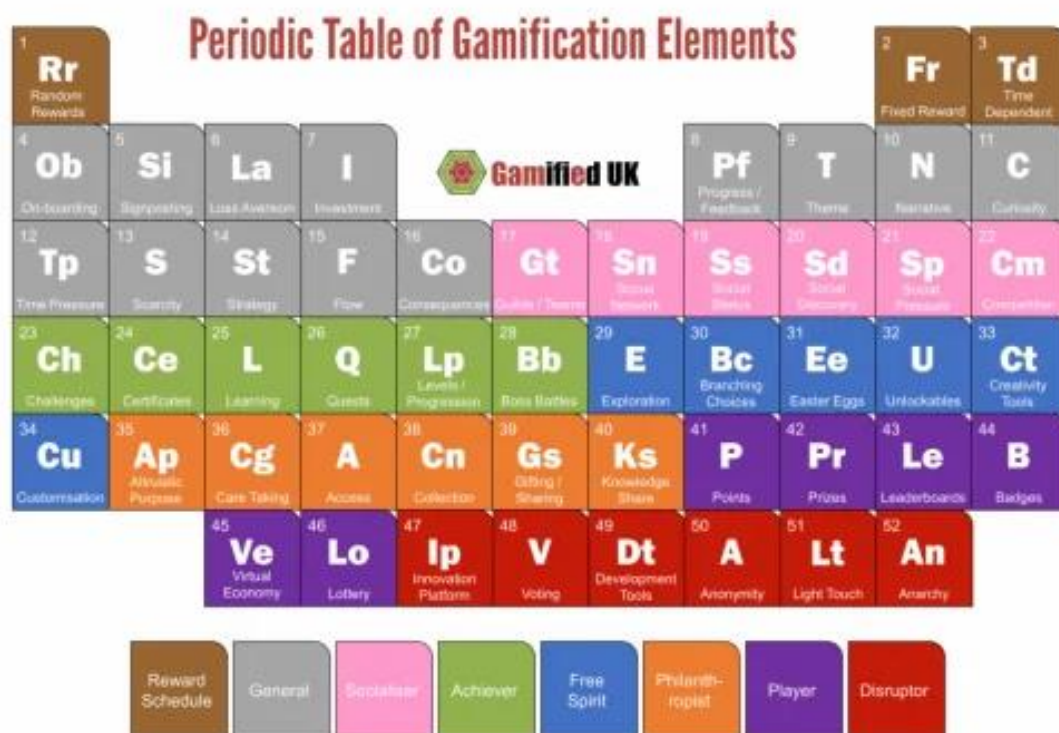


Figure 1 - Periodic Table of Gamification Elements

Ces mécaniques de gamification sont largement utilisés dans une variété de contextes, tels que les applications mobiles, les plateformes d'apprentissage en ligne, les programmes de fidélisation de la clientèle, ... Ces éléments sont efficaces pour stimuler l'engagement des utilisateurs, renforcer la motivation et favoriser une participation active. Dans le cadre de mon étude, j'ai choisi de me concentrer sur certains mécanismes clés de gamification comme base pour élaborer mes questions d'entretien. Ces mécanismes serviront de point de départ pour mon analyse, sans exclure les autres mécanismes que les participants pourraient apprécier. Les éléments sur lesquels portent mes questions d'entretien sont :

- Les systèmes de récompenses : Les systèmes de récompenses sont parmi les mécanismes de gamification les plus utilisés. Ils incluent des points, des badges, des objets virtuels, et des avantages matériels ou immatériels attribués pour l'accomplissement de tâches spécifiques. Les récompenses servent à motiver les joueurs en leur offrant une reconnaissance tangible ou virtuelle de leurs réalisations. Par exemple, les points et les « XP » permettent de mesurer les progrès des joueurs, tandis que les badges et les accomplissements symbolisent des étapes importantes et des compétences acquises.

- La collection d'objets virtuels : La collection d'objets virtuels implique que les joueurs accumulent divers items au sein du jeu, tels que des équipements, des trophées, ou des objets rares. Ce mécanisme joue sur le désir humain de collectionner et d'atteindre des objectifs de complétion. Par exemple, les objets rares, souvent difficiles à obtenir, sont associés à un prestige ou une compétence particulière, tandis que les trophées et les collections incitent les joueurs à explorer toutes les facettes du jeu.
- Accomplissement de défis et chasse aux succès : L'accomplissement de défis et la chasse aux succès motivent les joueurs à se dépasser et à atteindre des objectifs spécifiques. Ce mécanisme est centré sur la réalisation de tâches difficiles ou la conquête de nouveaux niveaux, offrant un sentiment de satisfaction et de progrès. Par exemple, les challenges sont des tâches complexes qui testent les compétences des joueurs, tandis que les succès et les trophées sont des récompenses pour l'accomplissement de défis spécifiques.
- Personnalisation de l'expérience de jeu : La personnalisation permet aux joueurs de modifier leur avatar, leur équipement, et parfois l'environnement du jeu, ce qui renforce leur sentiment d'appropriation et d'investissement personnel. Ce mécanisme permet aux joueurs d'exprimer leur individualité et de se sentir plus connectés au jeu. Par exemple, la customisation de l'avatar implique de modifier l'apparence et les caractéristiques du personnage, tandis que l'équipement comprend le choix et l'amélioration d'armes, d'armures, et d'autres items fonctionnels.

En conclusion, les surcouches de gamification représentent un outil puissant pour stimuler l'engagement et la rétention des utilisateurs dans une variété de contextes. En exploitant les mécanismes de jeu, les principes psychologiques et les techniques de personnalisation, les surcouches de gamification peuvent créer des expériences utilisateur plus immersives, motivantes et satisfaisantes, favorisant ainsi un engagement durable et une fidélité accrue.

B) Théories de l'engagement et de la rétention

1) Théories de l'engagement

Les jeux vidéo sont des environnements interactifs riches qui captivent et engagent les joueurs à travers une variété d'expériences ludiques. Comprendre les mécanismes psychologiques sous-jacents qui motivent cet engagement est essentiel pour concevoir des expériences de jeu plus immersives et efficaces. Plusieurs théories de l'engagement ont été développées pour expliquer pourquoi et comment les individus s'investissent activement dans les jeux vidéo. Suite à l'analyse des différentes théories qui vont suivre, il est évident que ces approches offrent des perspectives variées mais complémentaires sur les motivations et les comportements des joueurs de jeux vidéo. Dans la continuité de ce travail, je prévois d'appliquer ces diverses théories pour examiner de manière approfondie l'influence des surcouches de gamification sur l'engagement et la rétention des joueurs. En intégrant ces différents cadres conceptuels à mes analyses empiriques, mon objectif est de clarifier les mécanismes sous-jacents qui incitent les joueurs à s'investir dans les jeux vidéo et à maintenir leur engagement sur le long terme.

1.1) La théorie des usages et gratifications

La théorie des usages et gratifications¹³ est une approche largement utilisée dans le domaine de la communication de masse, qui explore les raisons pour lesquelles les individus s'engagent activement dans les médias, ainsi que les avantages qu'ils cherchent à en tirer. Elle demeure pertinente car elle s'applique efficacement à de nombreux médias actuels, comme la télévision, les journaux, la radio, Internet en général et plus spécifiquement les réseaux sociaux. Contrairement à l'idée que les individus sont des consommateurs passifs face aux médias, cette théorie affirme qu'ils ont leur propre usage de ceux-ci. Développée dans les années 1940 et popularisée dans les années 1970 par des chercheurs tels qu'Elihu Katz, Jay G. Blumler et Michael Gurevitch, la théorie des usages et gratifications se focalise sur les motivations des consommateurs de médias et les gratifications qu'ils recherchent à travers l'utilisation de différents types de médias. Ainsi, elle fournit un cadre essentiel pour comprendre l'interaction entre les individus et les médias. Ses caractéristiques clés mettent en lumière la façon dont les individus sélectionnent et utilisent les médias, ainsi que leurs motivations spécifiques.

¹³ LaRose, R. D. M. M. S. E. (2001). Understanding Internet Usage : A Social-Cognitive Approach to Uses and Gratifications. Social Science Computer Review, 395-413.

Tout d'abord, elle met en avant l'usage actif des médias par les individus. Ils sont des acteurs capables de choisir consciemment les médias qui leur conviennent le mieux en fonction de leurs besoins et préférences. Ensuite, elle souligne les objectifs et gratifications que le public cherche à atteindre par leur utilisation des médias. Ces gratifications peuvent être variées, allant des besoins informationnels aux besoins affectifs, personnels et sociaux. De plus, la théorie reconnaît la diversité des besoins des individus, qui peuvent être à la fois nombreux et variables. Un schéma de cinq besoins sociaux et psychologiques satisfaits par l'utilisation des médias a été établi (Katz et al., 1973), à savoir :

- Besoins cognitifs : Recherche d'informations, de connaissances et de compréhension.
- Besoins affectifs : Recherche de divertissement, de plaisir et d'émotions.
- Besoins d'intégration personnelle : Renforcement de la crédibilité, du statut et de la stabilité.
- Besoins d'intégration sociale : Renforcement des interactions sociales et du sentiment d'appartenance à un groupe (famille, amis, ...).
- Besoins de d'évasion : Relâchement de la tension en échappant à la réalité et en diminuant la conscience de soi.

Enfin, cette approche met en avant l'influence des caractéristiques personnelles sur les choix médiatiques et les gratifications recherchées. Des éléments comme l'âge, le sexe, les antécédents culturels et l'expérience individuelle influencent les préférences médiatiques et les motivations des individus.

En lien avec cet ouvrage, la théorie des usages et gratifications peut être appliquée de manière significative à l'étude des jeux vidéo¹⁴, en offrant des perspectives sur les raisons et les façons dont les individus jouent à des jeux vidéo pour satisfaire divers besoins et désirs. Des recherches antérieures ont démontré que les joueurs sélectionnent et emploient les jeux vidéo dans le but de réaliser des objectifs spécifiques et de recevoir différentes gratifications. Sur la base de l'approche théorique de Katz et al. (1973), un groupe de chercheurs (Sherry et al., 2006) a examiné les motivations des joueurs de jeux vidéo. À partir d'entretiens de groupe, ils ont élaboré un questionnaire de 20 items sur les usages et gratifications des jeux vidéo.

¹⁴ Taquet, P. (2016). Les motivations dans l'usage pathologique des jeux vidéo : Théories et thérapie. Terminal. Technologie de l'information, culture & société, 119, Article 119. <https://doi.org/10.4000/terminal.1542>

L'étude de ce questionnaire a révélé six variables motivationnelles :

- Le challenge : Améliorer ses compétences de jeu ou atteindre un accomplissement personnel.
- La compétition : Démontrer ses compétences de jeu aux autres joueurs.
- La diversion : Évitement du stress et/ou des responsabilités.
- L'arousal : Stimulation émotionnelle liée aux actions et aux environnements de jeu.
- L'imagination : Réaliser des actions impossibles dans la réalité.
- L'interaction sociale : Interagir avec d'autres joueurs et créer des liens.

1.2) La théorie du flow

La théorie du flow¹⁵ (Csikszentmihalyi, 1990) est une approche qui explore l'état mental, connu sous le nom de « flow », atteint par les individus profondément immergés dans une activité engageante. Autrement dit, le flow se caractérise par une absorption totale dans une occupation, généralement lorsque les individus sont confrontés à des tâches réalisables et peuvent se concentrer pleinement sur elles. Cette concentration est facilitée par des objectifs clairs et un retour d'information immédiat. Pendant cet état, les individus sont pleinement engagés dans l'activité, ce qui les libère des soucis quotidiens. Ils ressentent un sentiment de contrôle sur leurs actions et une diminution de la conscience de soi, bien que leur conscience du moment présent soit amplifiée. De plus, leur perception du temps est altérée, les heures semblant diminuer ou s'étirer. Ensemble, ces éléments procurent une satisfaction profonde qui justifie l'investissement d'une importante énergie. Lorsqu'une activité induit un état de flow, elle peut être réalisée pour elle-même, pour le plaisir intrinsèque qu'elle procure, sans nécessairement rechercher une récompense externe ou un objectif final spécifique. Ceci est connu sous le nom de principe d'expérience autotélique (Nakamura & Csikszentmihalyi, 2002). Cela souligne que l'activité devient son propre but et que l'objectif final devient secondaire, mettant en avant l'idée que l'expérience de flow est profondément satisfaisante en soi, indépendamment de tout résultat externe.

En lien avec cet ouvrage, des recherches (Hull, Williams, & Griffiths, 2013) ont déterminés que le jeu en général peut provoquer un état de flow, ce qui suggère que les caractéristiques des jeux vidéo peuvent également influencer l'émergence de cet état mental.

¹⁵ Taquet, P. (2016). Les motivations dans l'usage pathologique des jeux vidéo : Théories et thérapie. Terminal. Technologie de l'information, culture & société, 119, Article 119. <https://doi.org/10.4000/terminal.1542>

Deux facteurs importants¹⁶ favorisent le flow dans les jeux vidéo. Tout d'abord, l'alignement entre les compétences du joueur et les défis présentés dans le jeu est crucial. Pour qu'un joueur puisse expérimenter le flow, les défis doivent correspondre à ses compétences. Si le défi est trop facile par rapport aux compétences du joueur, cela peut entraîner de l'ennui, tandis qu'un défi trop difficile peut susciter de l'anxiété. Ensuite, la rétroaction immédiate sur la performance de jeu est essentielle. Les jeux vidéo offrent souvent des retours d'information immédiats sur la performance du joueur, lui permettant de comprendre rapidement comment il se débrouille et d'ajuster ses actions en conséquence. Cette rétroaction immédiate contribue à maintenir l'engagement du joueur et à favoriser le sentiment de progression, ce qui peut renforcer l'expérience de flow.

1.3) La théorie de l'autodétermination

La théorie de l'autodétermination est une théorie de la motivation qui met l'accent sur les besoins psychologiques fondamentaux des individus et leur influence sur la motivation intrinsèque et extrinsèque (Deci & Ryan, 1985, 2000). Cette théorie postule que les individus sont naturellement orientés vers la croissance et le développement personnel, et que leur motivation dépend de la satisfaction de trois besoins psychologiques essentiels¹⁷ :

- Le besoin d'autonomie : Ce besoin concerne le désir de se sentir libre de choisir ses propres actions et de contrôler son propre comportement. Lorsque les individus ont un sens d'autonomie et de choix dans leurs activités, leur motivation intrinsèque est favorisée. Cela implique la capacité d'agir selon ses propres intérêts, préférences et valeurs, ainsi que le sentiment de choix et de contrôle sur ses actions, les individus se percevant comme responsables de celles-ci.
- Le besoin d'appartenance sociale : Ce besoin implique le désir d'appartenir à un groupe, de se connecter avec autrui et d'éprouver un sentiment de soutien et de compréhension. Il inclut également la capacité d'agir selon ses propres intérêts, préférences et valeurs, tout en ayant le sentiment de choix et de contrôle sur ses actions, les individus se percevant comme responsables de celles-ci. Lorsque les individus ont des relations sociales positives et enrichissantes, leur motivation intrinsèque est renforcée.

¹⁶ Hamdi-Kidar, L., & Maubisson, L. (2012). Les chemins d'accès à l'expérience de flow : Le cas des jeux vidéo. *Management & Avenir*, 58(8), 120-143. <https://doi.org/10.3917/mav.058.0120>

¹⁷ Lachapelle, Y., Fontana-Lana, B., Petitpierre, G., Geurts, H., & Haelewyck, M.-C. (2022). Autodétermination : Historique, définitions et modèles conceptuels. *La nouvelle revue - Education et société inclusives*, 94(2), 25-42.

- Le besoin de compétence : Ce besoin se manifeste par la capacité de se sentir capable et efficace. Il reflète le désir des humains de maîtriser leur environnement et d'éprouver un sentiment de compétence. Lorsque les individus perçoivent qu'ils sont compétents dans une tâche ou une activité, leur motivation intrinsèque est renforcée.

En se basant sur l'idée de la satisfaction nécessaire procurée par les trois besoins fondamentaux, Deci et Ryan (1985) développent une théorie de l'autodétermination qui explique comment et pourquoi une personne exerce du contrôle sur sa vie. Ils illustrent ce processus (voir figure ci-dessous) à travers un continuum d'autodétermination de l'amotivation en passant par la motivation extrinsèque jusqu'à la motivation intrinsèque¹⁸.

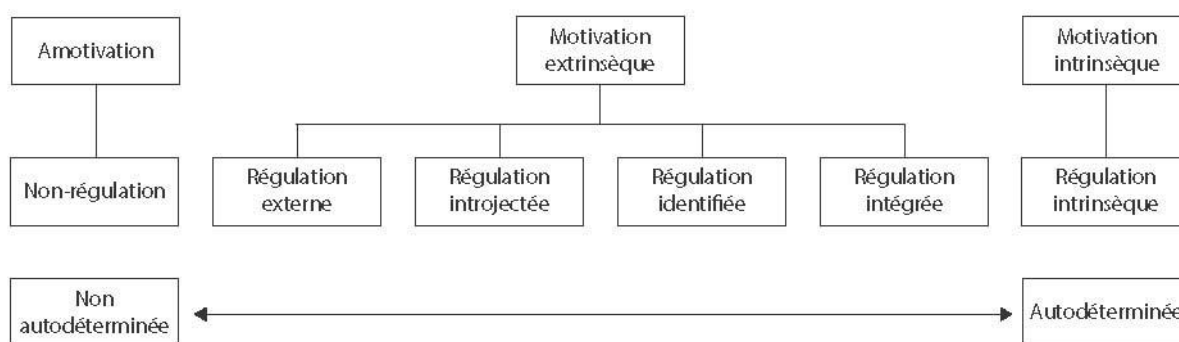


Figure 2 - Continuum d'autodétermination

La motivation extrinsèque peut être catégorisée en quatre types de motivations. Elle désigne des actions motivées par des facteurs externes telles que l'évitement de punitions, la recherche de récompense ou la pression sociale. À l'inverse, la motivation intrinsèque se définit par des actions entreprises pour le plaisir et l'intérêt qu'elles procurent, sans attente de récompense externe en retour. L'amotivation correspond à un état où l'individu a perdu le sens du choix et du contrôle de son comportement. Dans cet état, la personne ne voit plus le lien entre ses actions et les conséquences qui en découlent.

En lien avec cet ouvrage, Przybylski et al. (2010)¹⁹ soutiennent que la satisfaction des besoins psychologiques fondamentaux par le biais du jeu vidéo suscite une motivation intrinsèque à jouer. Pour cela, ils s'appuient sur la théorie de l'autodétermination, qu'ils croisent avec la théorie dualistique de la passion de Vallerand (2008).

¹⁸ Lachapelle, Y., Fontana-Lana, B., Petitpierre, G., Geurts, H., & Haelewyck, M.-C. (2022). Autodétermination : Historique, définitions et modèles conceptuels. *La nouvelle revue - Education et société inclusives*, 94(2), 25-42.

¹⁹ Przybylski, A. K., Rigby, C. S., & Ryan, R. M. (2010). A Motivational Model of Video Game Engagement. *Review of General Psychology*, 14(2), 154-166. <https://doi.org/10.1037/a0019440>

Dans son ouvrage, Vallerand (2008) définit la passion comme « une forte inclination envers une activité que les gens aiment, trouvent importante et dans laquelle ils investissent du temps et de l'énergie ». Il distingue deux types de passion :

- La passion harmonieuse : Elle résulte d'une internalisation autonome de l'activité dans l'identité personnelle, issue d'une acceptation libre de l'activité, conduisant à un engagement adapté dans cette activité.
- La passion obsessionnelle : Elle résulte d'une internalisation contrôlée de l'activité dans l'identité personnelle, en raison de pressions intra et/ou interpersonnelles, entraînant un besoin irrépressible de s'engager dans l'activité.

Les résultats démontrent qu'un niveau élevé de satisfaction des besoins psychologiques fondamentaux s'accompagne d'une passion harmonieuse pour le jeu, associée à des conséquences positives telles que le plaisir de jeu et humeur positive après le jeu. En revanche, un faible niveau de satisfaction des besoins est lié à une passion obsessionnelle pour le jeu entraînant des conséquences négatives comme un plaisir de jeu réduit et une tension après le jeu, ainsi qu'un engagement accru dans le jeu. Globalement, la satisfaction des besoins fondamentaux agirait comme un facteur protecteur contre l'usage obsessionnel du jeu.

1.4) La théorie de l'auto-efficacité

La théorie de l'auto-efficacité, développée par Albert Bandura, constitue une composante clé de sa théorie sociocognitive. Cette approche se concentre sur les croyances des individus en leur capacité à organiser et à exécuter les actions nécessaires pour atteindre des objectifs spécifiques. L'auto-efficacité²⁰ influence la manière dont les personnes pensent, se motivent, se comportent et ressentent face à des situations diverses. Il existe plusieurs sources du sentiment d'efficacité personnelle²¹, qui permettent de le construire et de le modifier :

- L'expérience active de maîtrise : Les succès renforcent le sentiment d'auto-efficacité, tandis que les échecs peuvent le diminuer.
- L'expérience vicariante ou l'expérience indirecte : Observer d'autres personnes réussir des tâches similaires peut renforcer la croyance en ses propres capacités. À l'inverse, constater l'échec d'un pair peut susciter des doutes sur ses propres compétences.

²⁰ Rondier, M. (2004). A. Bandura. Auto-efficacité. Le sentiment d'efficacité personnelle. L'orientation scolaire et professionnelle, 33/3, Article 33/3. <https://doi.org/10.4000/osp.741>

²¹ Lecomte, J. (2004). Les applications du sentiment d'efficacité personnelle. Savoirs, Hors-série(5), 59-90. <https://doi.org/10.3917/savo.hs01.0059>

- La persuasion verbale : Les encouragements et le soutien verbal de la part d'autrui peuvent augmenter l'auto-efficacité.
- Les états physiologiques et émotionnels : Les réactions physiques et émotionnelles, telles que le stress ou l'excitation, peuvent influencer les perceptions d'auto-efficacité.

Selon Bandura (2003), ces quatre sources d'information permettent aux individus d'acquérir un certain degré d'efficacité personnelle pour un comportement donné. Selon l'individu, le moment et le contexte, chacune de ces sources peut être complémentaire des autres.

En lien avec cet ouvrage, la théorie de l'auto-efficacité peut être appliquée de manière significative à l'étude des jeux. En effet, dans les jeux vidéo, l'auto-efficacité peut se manifester de plusieurs façons. Les défis proposés exigent des compétences spécifiques de la part des joueurs, comme appuyer sur une touche selon un timing précis. Chaque succès peut renforcer la confiance du joueur dans sa capacité à accomplir cette tâche, augmentant ainsi son sentiment d'auto-efficacité. De plus, le feedback immédiat, sous forme de récompenses ou de points ou de rétroactions visuelles et sonores, peut également aider à renforcer l'auto-efficacité en permettant aux joueurs d'évaluer leur performance et de réguler leur comportement en conséquence. Enfin, surmonter les défis des jeux peut renforcer le sentiment de compétence et d'auto-efficacité, ce qui peut avoir un impact positif sur la confiance en soi des joueurs dans d'autres aspects de leur vie.

1.5) La théorie de l'implication

La théorie de l'implication²², ou "theory of involvement", est un concept largement utilisé dans le domaine du marketing et de la psychologie du consommateur pour évaluer le degré d'intérêt et d'engagement d'un individu envers un produit, un service, une marque ou une activité. Le terme "engagement" est souvent utilisé pour définir cette notion d'implication. Il se réfère à la profondeur des croyances qu'un consommateur perçoit ou attribue à un produit ou une marque. L'implication, quant à elle, représente le niveau général d'intérêt ou d'importance accordé à un objet, ou encore son rôle central dans la structure de l'identité d'un individu. Les consommateurs classent les produits en fonction de leur importance dans leur vie, ce qui définit leur degré d'implication.

²² Niveau d'implication des consommateurs Comprendre l'implication des consommateurs un guide complet. (s. d.). FasterCapital. Consulté 1 juin 2024, à l'adresse <https://fastercapital.com/fr/contenu/Niveau-d-implication-des-consommateurs-Comprendre-l-implication-des-consommateurs---un-guide-complet.html>

On distingue généralement cinq niveaux d'engagement des consommateurs :

- Implication passive : Les consommateurs montrent un intérêt minimal et ne participent pas activement à la prise de décision.
- Implication émotionnelle : Les consommateurs ont un lien émotionnel fort avec un produit ou une marque.
- Implication cognitive : Les consommateurs investissent un effort mental important dans la prise de décision, notamment dans des achats complexes.
- Implication du produit : Les consommateurs sont fortement intéressés et informés sur une catégorie de produits spécifique.
- Implication situationnelle : L'engagement est temporaire et dépend du contexte ou des événements spécifiques.

En résumé, la théorie de l'implication identifie divers niveaux d'implication, variant de faible à élevé. Un individu peut manifester peu d'implication envers un produit ou une activité s'il considère que cela n'a pas d'importance ou de pertinence pour lui, tandis qu'un niveau élevé d'implication indique un fort intérêt et une importance accordée à l'objet en question. De plus, un niveau élevé d'implication peut entraîner un traitement plus approfondi de l'information, une prise de décision plus réfléchie et un engagement plus fort envers le produit ou l'activité. En revanche, une faible implication peut induire une décision superficielle et une réception moins attentive des messages marketing. Par ailleurs, l'implication peut être influencée par plusieurs facteurs, tels que la pertinence et l'importance personnelles d'un produit ou d'un service, le risque perçu, les connaissances et l'expertise des consommateurs, les facteurs situationnels, les groupes d'influence sociale et de référence, ...

En lien avec cet ouvrage, la théorie de l'implication peut être appliquée de manière significative à l'étude des jeux. Dans le domaine des jeux vidéo, l'implication peut se manifester à divers niveaux, incluant les niveaux d'implication eux-mêmes, les facteurs qui les influencent, ainsi que les conséquences de cette implication. Tout d'abord, les jeux vidéo génèrent divers niveaux d'implication chez les joueurs. Certains jeux captivent fortement les joueurs en raison de leur complexité, de leur narration immersive ou de leur gameplay captivant, tandis que d'autres sont considérés comme moins engageants en raison de leur simplicité ou de leur manque de profondeur. Ensuite, l'implication des joueurs dans un jeu peut être influencée par plusieurs facteurs, tels que la pertinence du thème du jeu pour le joueur, ses expériences de jeu passées, ses attentes personnelles, ainsi que les caractéristiques spécifiques du jeu telles que sa difficulté, son niveau d'immersion et son histoire.

Enfin, un niveau élevé d'implication peut considérablement influencer l'interaction des joueurs avec un jeu vidéo. Les joueurs profondément impliqués sont susceptibles d'explorer minutieusement l'univers du jeu, de s'investir dans les quêtes et missions secondaires, et de rechercher des défis plus ardues. En revanche, les joueurs moins impliqués peuvent préférer un style de jeu plus décontracté, se concentrant sur des objectifs simples ou utilisant le jeu pour un divertissement occasionnel.

2) Théories de la rétention

La rétention des joueurs est un aspect crucial du succès à long terme des jeux vidéo, car elle détermine dans une large mesure la fidélité des joueurs et leur propension à continuer à jouer. Comprendre les mécanismes sous-jacents qui influent sur la rétention des joueurs est essentiel pour concevoir des expériences de jeu plus engageantes et durables. Plusieurs théories ont été développées pour expliquer les facteurs qui contribuent à la rétention des joueurs dans le monde des jeux vidéo. Dans la continuité de ce travail, j'ai l'intention d'appliquer ces différentes théories en les intégrant à l'analyse de mon sujet de recherche et en les combinant à ma compréhension de la gamification. En intégrant ces différents cadres conceptuels à mes analyses empiriques, mon objectif est de clarifier les mécanismes sous-jacents qui favorisent la rétention des joueurs et les incitent à maintenir leur engagement sur le long terme dans les jeux vidéo.

2.1) La théorie de l'attachement

La théorie de l'attachement²³, développée par John Bowlby dans les années 1950 et 1960, est une théorie psychologique qui décrit les liens émotionnels et les relations entre les individus, en mettant particulièrement l'accent sur les relations entre les nourrissons et leurs figures d'attachement. Le système d'attachement vise à favoriser la proximité de l'enfant avec une ou plusieurs figures adultes pour obtenir un réconfort, lui permettant de retrouver un sentiment de sécurité face aux éventuels dangers de l'environnement. Toutes les conditions perçues comme dangereuses ou stressantes pour l'enfant activent ce système, que ce soit des facteurs internes comme la fatigue ou la douleur, ou des facteurs externes liés à l'environnement. Une fois que le système d'attachement est désactivé et que l'enfant est rassuré le système exploratoire prend le relais, permettant à l'enfant d'apprendre sur son environnement et de développer des compétences importantes pour les stades ultérieurs de son développement.

²³ Goldbeter-Merinfeld, É. (2005). Théorie de l'attachement et approche systémique. Cahiers critiques de thérapie familiale et de pratiques de réseaux, 35(2), 13-28. <https://doi.org/10.3917/ctf.035.0013>

La théorie de l'attachement identifie plusieurs styles d'attachement qui se développent chez les enfants en fonction de leurs interactions avec leurs figures d'attachement. Ces styles d'attachement sont des modèles de relations émotionnelles qui se forment durant l'enfance et influencent la manière dont les individus interagissent avec les autres tout au long de leur vie. Selon la théorie de l'attachement, il existe 4 styles²⁴ :

- L'attachement sécure : Les individus avec un attachement sécurisé ont confiance en leurs relations, se sentent à l'aise avec l'intimité et l'indépendance, expriment facilement leurs besoins et leurs sentiments, et peuvent soutenir les autres en temps de difficulté. Ils ont généralement des relations interpersonnelles stables et satisfaisantes.
- L'attachement anxieux-évitant : Les personnes avec un attachement anxieux-évitant minimisent l'importance des relations intimes, favorisent l'indépendance, ont du mal à exprimer leurs émotions et à faire confiance, et cherchent souvent à maintenir une distance émotionnelle dans leurs relations.
- L'attachement anxieux-ambivalents : Les individus avec un attachement ambivalent sont anxieux, craignent le rejet, et sont préoccupés par le besoin de proximité et de sécurité. Ils peuvent être méfiants, douter de la fiabilité des autres, avoir des sautes d'humeur et se sentir stressés dans leurs relations.
- L'attachement désorganisés-désorientés : Les personnes ayant un attachement désorganisé présentent des comportements contradictoires ou confus, souvent en raison de traumatismes ou d'expériences d'attachement négatives dans l'enfance. Elles peuvent montrer simultanément de la peur et un désir de proximité dans leurs relations.

Les modèles d'attachement établis pendant l'enfance ont des implications à long terme sur le développement émotionnel, social et cognitif des individus. Les enfants qui développent un attachement sécurisé ont tendance à être plus confiants, autonomes et capables de former des relations saines, tandis que les enfants avec des styles d'attachement moins sécurisés peuvent rencontrer des difficultés dans leurs relations futures. Les schémas d'attachement établis dans l'enfance ont tendance à influencer les relations interpersonnelles tout au long de la vie.

En lien avec cet ouvrage, la théorie de l'attachement peut être appliquée de manière significative à l'étude des jeux, en mettant en lumière les interactions émotionnelles entre les joueurs et les jeux, ainsi qu'entre les joueurs eux-mêmes.

²⁴ Théorie de l'Attachement—Grands Principes et Résumé. (2021, mai 12). Doctonat. <https://doctonat.com/theorie-attachement/>

Tout d'abord, comme dans les relations humaines, les joueurs peuvent développer un attachement émotionnel aux personnages et aux mondes virtuels des jeux vidéo. Par exemple, un joueur peut ressentir de l'empathie pour un personnage avec lequel il interagit, ou éprouver un sentiment de familiarité et de confort en explorant un monde virtuel. Ensuite, les interactions entre les joueurs dans les jeux multijoueur peuvent être influencées par les styles d'attachement. Les joueurs avec un attachement sécurisé peuvent être plus enclins à former des alliances et à miser sur la collaboration, tandis que ceux avec des styles d'attachement anxieux peuvent être plus méfiants ou compétitifs. De plus, Les modèles d'attachement établis dans l'enfance peuvent également influencer les comportements de jeu à l'âge adulte. Par exemple, les adultes ayant développé un attachement sécurisé peuvent être plus enclins à utiliser les jeux vidéo comme une forme de divertissement sain et équilibré, tandis que ceux avec des styles d'attachement anxieux peuvent être plus susceptibles de recourir aux jeux vidéo comme moyen d'échapper à des sentiments d'insécurité ou de stress.

2.2) La théorie de l'expérience utilisateur

La théorie de l'expérience utilisateur²⁵ (Norman et al., 1995), ou UX, est un cadre conceptuel utilisé pour comprendre et améliorer la manière dont les utilisateurs interagissent avec des produits, des services ou des systèmes. Elle se concentre sur les perceptions, les émotions et les réponses des utilisateurs avant, pendant et après leur interaction avec un produit ou un service. L'objectif principal est de créer des expériences satisfaisantes, efficaces et agréables pour les utilisateurs. Divers principes clés compose cette théorie, à savoir :

- L'utilisabilité : Cela désigne la facilité avec laquelle les utilisateurs parviennent à réaliser leurs tâches et à atteindre leurs objectifs en interagissant avec un produit ou un service. Les fondements de l'utilisabilité résident dans la simplicité, la cohérence, la prévisibilité et l'efficacité.
- L'accessibilité : Tout produit ou service doit être accessible à tous, même aux personnes ayant des limitations physiques, sensorielles ou cognitives. Cela signifie qu'il doit être conçu de manière à ce que chacun puisse interagir avec lui de manière équitable, en prenant en compte les besoins spécifiques des personnes atteintes d'un handicap.

²⁵ Léger, P.-M., & Sénécal, S. (2015). Le défi de l'expérience utilisateur. *Gestion*, 40(2), 50-57. <https://doi.org/10.3917/riges.402.0050>

- Les émotions et la satisfaction : L'expérience utilisateur considère les émotions et les sentiments des utilisateurs lors de leur interaction avec un produit ou un service. Une expérience positive suscite satisfaction, plaisir et fidélité, tandis qu'une expérience négative peut engendrer frustration et abandon.
- La valeur perçue : Les utilisateurs doivent percevoir de la valeur dans l'utilisation du produit ou du service, ce qui implique que le produit doit répondre à leurs besoins et attentes en offrant des avantages clairs et pertinents.
- Le contexte d'utilisation : Les concepteurs doivent prendre en compte le contexte d'utilisation du produit ou du service, ce qui englobe l'environnement physique, les conditions sociales et les tâches spécifiques à accomplir. Cette approche facilite la création de solutions adaptées aux besoins réels des utilisateurs.

En lien avec cet ouvrage, la théorie de l'expérience utilisateur peut être appliquée de manière significative à l'étude des jeux vidéo²⁶, en reprenant ses divers principes clés. Premièrement, l'utilisabilité de l'interface utilisateur des jeux doit être claire et intuitive pour permettre aux joueurs de naviguer facilement et de comprendre les mécanismes du jeu. Pour cela, des tutoriels efficaces sont essentiels pour aider les nouveaux joueurs à s'orienter sans engendrer de frustration. En ce qui concerne l'accessibilité, les jeux doivent être conçus de manière à être accessibles à tous les joueurs, y compris ceux avec des limitations physiques, sensorielles ou cognitives, en proposant par exemple des options de personnalisation des contrôles ou des sous-titres. Pour susciter l'engagement émotionnel, les jeux vidéo doivent être conçus pour provoquer des émotions spécifiques chez les joueurs, avec des récompenses et un feedback immédiat pour renforcer la satisfaction et l'engagement. De plus, la valeur perçue d'un jeu dépend de la pertinence de son contenu et de l'équité de ses systèmes de progression et de récompenses. Enfin, le contexte d'utilisation, comme l'environnement de jeu et le temps de jeu, doit être pris en compte pour optimiser l'expérience utilisateur en fonction du public cible.

²⁶ HODENT, C. (2016, mars 4). Psychologie cognitive appliquée à l'expérience utilisateur dans les jeux vidéo. Celia Hodent. <https://celiahodent.com/fr/psychologie-cognitive-appliquee-a-l'experience-utilisateur-dans-les-jeux-video/>

2.3) La théorie de la gratification différée

La théorie de la gratification différée²⁷ est une théorie psychologique menée par Walter Mischel (1960), qui examine comment les individus sont motivés par la promesse de gratifications futures plutôt que par des récompenses immédiates. Cette théorie suggère que les individus sont prêts à différer la satisfaction de leurs besoins ou désirs actuels en échange d'une récompense ou d'une gratification future perçue comme plus importante ou plus valorisante. La théorie de la gratification différée repose sur plusieurs principes clés²⁸. Tout d'abord, elle souligne l'importance du facteur temps dans le processus de prise de décision, où les individus doivent choisir entre une gratification immédiate et une gratification différée dans le temps. Ensuite, elle met en lumière les différentes formes de motivation qui peuvent influencer ce choix, qu'il s'agisse de récompenses intrinsèques liées aux intérêts personnels et à la satisfaction, ou de récompenses extrinsèques telles que les avantages matériels ou sociaux. De plus, la théorie met en évidence le lien entre la capacité à différer la gratification et les compétences de contrôle de soi, soulignant que ceux qui sont capables de différer la gratification sont souvent capables de résister aux impulsions immédiates pour atteindre des objectifs à long terme. Enfin, elle souligne l'importance de la planification et de l'anticipation des récompenses futures, qui peuvent motiver les individus à différer la gratification pour obtenir des résultats souhaités à long terme, comme étudier pour réussir un examen.

En lien avec cet ouvrage, la théorie de la gratification différée peut être appliquée de manière significative à l'étude des jeux vidéo. Tout d'abord, de nombreux jeux utilisent des récompenses différées pour encourager les joueurs à poursuivre leurs objectifs à long terme, comme l'accomplissement de quêtes ou la surmonte de défis, en échange d'expérience, d'objets virtuels ou de points de progression. Ensuite, les jeux permettent aux joueurs d'investir du temps et des efforts dans leur progression et leurs compétences, ce qui diffère la gratification immédiate du divertissement en faveur d'une progression à long terme. De plus, la théorie met en avant la capacité à résister aux tentations immédiates pour des récompenses futures plus importantes. Dans les jeux, cela se traduit par la résistance à l'envie de prendre des raccourcis ou d'utiliser des astuces pour obtenir des avantages instantanés.

²⁷ Le test de la guimauve : La gratification différée chez les enfants. (2019, juillet 31). Le test de la guimauve : la gratification différée chez les enfants. <https://www.greelane.com/fr/science-technologie-mathematiques/sciences-sociales/the-marshmallow-test-4707284>

²⁸ Le délai de gratification et la capacité de résister aux impulsions / Psychologie. (s. d.). Psychologie, philosophie et réflexion sur la vie. Consulté 2 juin 2024, à l'adresse <https://sainte-anastasia.org/articles/psicologa/la-demora-de-la-gratificacin-y-la-capacidad-de-resistir-impulsos.html>

Enfin, les joueurs peuvent utiliser des stratégies de planification pour maximiser leur gratification, en différant certaines quêtes ou missions jusqu'à ce qu'ils aient acquis les ressources ou compétences nécessaires pour garantir le succès.

2.4) La théorie de l'immersion

L'immersion²⁹ est définie par J. H. Murray (1998) comme « la sensation d'être entouré d'une réalité totalement différente, aussi différente que l'air peut l'être de l'eau, qui capte toute notre attention, tous nos sens perceptifs ». En d'autres termes, cette théorie se réfère à un état où l'individu est profondément absorbé dans une expérience sensorielle, cognitive ou émotionnelle, perdant conscience de soi et de son environnement immédiat au profit de l'expérience vécue dans le moment présent. Cette théorie s'applique à divers médias, comme le soulignent D. Arsenault et M. Picard (2008), dans leur analyse de l'immersion dans les jeux vidéo. Ils identifient trois types d'immersion : sensorielle, systémique et fictionnelle. La première survient lorsque les sens sont saturés par le média, la seconde repose sur la connaissance et la maîtrise des règles du jeu, et la troisième se produit lorsque le joueur est familier avec les éléments narratifs et fictionnels du jeu. De plus, Arsenault et Picard (2008) distinguent également trois niveaux d'engagement, allant de l'engagement simple à l'immersion totale, où le joueur est identifié au personnage du jeu et coupé de la réalité. Cette typologie démontre que certains jeux vidéo favorisent un type d'immersion spécifique et évoluent dans leur spécialisation ou diversification pour explorer de nouveaux types d'immersion. Par exemple, les jeux de rôle privilégient l'immersion fictionnelle, tandis que les jeux de combat se concentrent davantage sur l'immersion systémique. Cette évolution des jeux vidéo montre une tendance à approfondir les types d'immersion auxquels ils sont dédiés tout en explorant de nouveaux domaines. Par exemple, les jeux d'aventure ont élargi leur immersion sensorielle, passant d'un simple texte sur fond noir à des environnements visuels détaillés. De même, les jeux de tir ont développé leur aspect narratif pour répondre aux attentes des joueurs en quête d'une expérience immersive plus profonde.

En lien avec cet ouvrage, la théorie de l'immersion peut être appliquée de manière significative à l'étude des jeux vidéo. Cette théorie est appliquée à l'étude des jeux vidéo de plusieurs manières.

²⁹ Leroux, Y. (2012). Métapsychologie de l'immersion dans les jeux vidéo. *Adolescence*, T. 30 1(1), 107-118. <https://doi.org/10.3917/ado.079.0107>

Tout d'abord, les jeux vidéo utilisent une combinaison de graphismes, de sons et de mécanismes de gameplay pour immerger les joueurs dans des environnements virtuels riches et détaillés. Les stimuli sensoriels sont minutieusement conçus pour captiver les sens des joueurs et les plonger dans l'expérience de jeu. Ensuite, les jeux vidéo proposent souvent des défis complexes et des énigmes qui exigent une réflexion stratégique et une résolution de problèmes. Les joueurs sont donc engagés cognitivement dans la planification de leurs actions et la prise de décisions, les absorbant complètement dans le gameplay. De plus, les jeux vidéo suscitent toute une gamme d'émotions chez les joueurs, allant de l'excitation à la peur en passant par l'empathie. Les joueurs peuvent développer un fort attachement émotionnel aux personnages, aux histoires et aux mondes des jeux, renforçant ainsi leur engagement et leur investissement dans l'expérience. Enfin, lorsqu'ils sont profondément immergés dans un jeu, les joueurs peuvent perdre la conscience de soi et de leur environnement réel, se concentrant plutôt sur les objectifs et les défis du jeu. Cela crée un état de flow où les joueurs sont totalement absorbés par l'activité.

C) Exemple de cas

Depuis sa sortie en 2016, Pokémon Go³⁰ est devenu un phénomène mondial, mettant en évidence l'impact significatif de la gamification sur l'engagement des joueurs. Cette application mobile de réalité augmentée a non seulement captivé des millions de joueurs à travers le monde, mais elle a également suscité un intérêt considérable de la part des chercheurs et des experts en gamification. En examinant le cas de Pokémon Go, il est possible d'explorer comment cette application a intégré avec succès des mécanismes de gamification pour encourager l'engagement et la rétention des joueurs, tout en offrant des leçons précieuses sur les pratiques efficaces de conception de jeux.

Développé par Niantic en collaboration avec Nintendo et The Pokémon Company, Pokémon Go a bouleversé l'industrie du jeu en proposant une expérience de jeu innovante qui combine le monde virtuel des jeux vidéo avec le monde réel. Le jeu utilise la réalité augmentée pour permettre aux joueurs de chasser des Pokémon dans leur environnement réel, en utilisant la géolocalisation et la réalité virtuelle pour créer une expérience immersive.

³⁰ Pokémon Go. (2024). In Wikipédia.
https://fr.wikipedia.org/w/index.php?title=Pok%C3%A9mon_Go&oldid=214060398

Une des clés³¹ du succès de Pokémon Go réside dans sa capacité à intégrer des mécanismes de gamification de manière transparente dans son gameplay. Voici quelques-uns des principaux mécanismes de gamification utilisés dans le jeu³² :

- La collection des « Pokémon » : Les joueurs sont encouragés à collecter différents types de Pokémon, ce qui correspond au mécanisme de la collection, un élément qui exploite le désir humain de collectionner et d'atteindre des objectifs de complétion.
- Les niveaux de progression : Les joueurs peuvent augmenter leur niveau en accumulant de l'expérience, ce qui leur permet d'accéder à de nouvelles fonctionnalités et de rencontrer des Pokémon plus rares. Ce mécanisme de progression par niveaux est emprunté aux jeux vidéo traditionnels et contribue à maintenir l'engagement des joueurs à long terme.
- Les récompenses et les succès : Le jeu offre une variété de récompenses, comme des médailles et des succès, pour diverses réalisations, comme la capture d'un certain nombre de Pokémon ou la visite de certains lieux. Les récompenses servent à motiver les joueurs en leur offrant une reconnaissance tangible ou virtuelle de leurs réalisations, ce qui les encourage à continuer à jouer.
- Les événements communautaires : Le jeu organise régulièrement des événements en temps réel, comme des raids et des chasses aux Pokémon spéciaux, qui incitent les joueurs à sortir et à interagir avec d'autres membres de la communauté. Ces événements renforcent le sentiment d'appartenance et favorisent l'engagement à long terme.

En examinant l'exemple de Pokémon Go, on peut dire que le jeu mobile a démontré qu'une combinaison astucieuse de réalité augmentée, de collecte d'objets virtuels et de compétition entre joueurs peut créer une expérience immersive et addictive. Cette étude de cas souligne également l'importance de l'innovation continue et de l'adaptation aux besoins changeants des utilisateurs pour maintenir l'engagement à long terme. En somme, Pokémon Go représente un exemple emblématique de la manière dont la gamification peut révolutionner le paysage des jeux et des applications, ouvrant la voie à de nouvelles formes d'interaction et de divertissement.

³¹ Serge, R. (s. d.). Pokémon Go : Tout savoir sur le jeu phénomène en réalité augmentée. Consulté 2 juin 2024, à l'adresse <https://www.realite-virtuelle.com/pokemon-go-tout-savoir/>

³² Minotte, P., & Matot, J.-P. (2023). De la séduction numérique. *Revue Belge de Psychanalyse*, 82(1), 87-110. <https://doi.org/10.3917/rbp.082.0087>

III) Cadre méthodologique

A) Méthodologie de la recherche

1) Méthodes de collecte de données

Dans le cadre de la recherche, il a été décidé d'opter pour une méthodologie mixte, structurant le cadre d'expérience en plusieurs étapes afin de faciliter l'interprétation comparative des données recueillies. Le processus d'entretien a débuté par la distribution préalable d'un questionnaire³³ aux participants, visant à collecter des données quantitatives sur leurs caractéristiques socio-démographiques, habitudes et motivations de jeu, avant la date fixée pour l'entretien.

Le jour de l'entretien, celui-ci s'est déroulé en trois phases distinctes. Les participants ont d'abord passé un test de connaissances³⁴ afin d'évaluer leur niveau de compétence dans le domaine des jeux-vidéo. À la suite de cette phase, l'entretien a adopté une approche directive pour obtenir des réponses détaillées et nuancées, permettant une compréhension approfondie et équilibrée des différentes dimensions liées à la question de recherche. Pendant l'entretien directif, l'objectif était de poser des questions visant à déterminer les motivations conscientes ou inconscientes des répondants, tout en analysant l'influence des jeux sur eux. Les questions ont porté sur la satisfaction des joueurs à travers des éléments tels que la collection d'objets virtuels, l'obtention de trophées, etc. Des interrogations ont également été menées sur leurs préférences ludiques, les impacts émotionnels des nouveautés dans un jeu, et d'autres facteurs susceptibles d'influencer leurs expériences de jeu.

La méthodologie mixte, combinant questionnaire, évaluation de connaissances et entretien directif, s'avère pertinente pour examiner l'influence des surcouches de gamification sur l'engagement et la rétention des joueurs. En effet, le questionnaire fournit des données quantitatives sur les habitudes et motivations des joueurs, l'évaluation des connaissances établit un contexte éducatif, et l'entretien explore en profondeur les influences et motivations des joueurs. Cette approche complète permet une analyse exhaustive des facteurs impactant l'engagement et la rétention des joueurs dans le contexte de la gamification.

³³ Disponible dans le dossier d'annexes

³⁴ Disponible dans le dossier d'annexes

2) Population et échantillonnage

Au niveau de l'échantillon, une approche qualitative a été privilégiée. Pour mener à bien cette expérience, un groupe de vingt personnes a été sélectionné. La population étudiée était constituée de joueurs âgés de 18 à 30 ans, sans distinction de profession.

Bien que les jeux vidéo touchent diverses strates de la population, la recherche s'est concentrée spécifiquement sur cette tranche d'âge. Elle représente une génération ayant observé l'évolution rapide de l'industrie du jeu vidéo au cours des dernières années, offrant ainsi des perspectives spécifiques sur la perception et l'intégration des mécanismes de gamification par des individus partageant des expériences similaires. Le choix de cette tranche d'âge facilitera le recrutement des participants, permettant ainsi une collecte de données plus efficace. La disponibilité et la familiarité de cette population avec les plateformes en ligne peuvent contribuer à des entretiens et des interactions plus fluides.

Les critères de sélection privilégiés sont :

- L'expérience de jeu : Sélection de participants avec une expérience minimum dans la pratique des jeux vidéo, incluant des joueurs occasionnels et des joueurs passionnés.
- La fréquence de jeu : Considération de la fréquence de jeu des participants pour capturer différentes habitudes de jeu.
- Le type de jeux pratiqués : Prise en compte des types spécifiques de jeux joués les participants pour faire des liens entre les genres de jeux et l'influence de l'effet des surcouches de gamification.
- Les plateformes de jeu utilisées : Considération des plateformes de jeu fréquentées, étant donné que les mécanismes de gamification peuvent varier en fonction de la plateforme.
- Le niveau d'implication : Prise en compte du niveau d'implication de chaque participant au sein de la communauté des jeux-vidéo. Certains jouent en solo tandis que d'autres sont actifs en ligne.

Ces décisions reposent sur l'activité dynamique³⁵ observée dans cette tranche d'âge au sein de la communauté des joueurs³⁶, offrant ainsi une base diversifiée pour explorer l'impact des surcouches de gamification. Ce groupe représente une variété de préférences de jeu, ce qui

³⁵ <https://www.blogdumoderateur.com/etude-joueurs-jeux-video-france-2023/>

³⁶ <https://mctv.ouest-france.fr/mon-mag-culture/mon-mag-gamers-time/nintendo-cette-nouvelle-va-ravir-les-fans-du-film-super-mario-bros-11032024/>

permet une évaluation holistique des mécanismes de gamification. La familiarité technologique de cette tranche d'âge, associée à son attachement avec la culture du jeu vidéo, suggère une réceptivité particulière aux éléments de gamification.

De plus, en choisissant cette population, la collecte de données est facilitée par leur accessibilité en ligne. La sélection, réalisée via un questionnaire après l'annonce de recherche, permet une approche ciblée. La restriction à la tranche d'âge des 18-30 ans a été délibérément choisie pour s'assurer que les répondants sont des adultes, capables de donner leur consentement pleinement pour leur participation à l'étude.

3) Guide d'entretien

Ce guide a été conçu pour diriger les entretiens qualitatifs, cadrer les discussions et recueillir des réponses attendues par rapport à la question de recherche et aux hypothèses. Ce guide ne fait pas détail des questions spécifiques qui seront posées aux participants, il sert à expliquer la structure utilisée pour la conduite des entretiens, la liste détaillée des questions sont disponibles dans les annexes dans le point nommé « Entretien directif ». En pratique, le déroulement de l'entretien s'est effectué comme suit :

Phase 1 - Introduction

- Présentation : Bonjour (nom du participant), je suis Hugo et je vous remercie de participer à cette étude sur le thème des jeux vidéo et de la gamification (donner définition si le participant ne connaît pas le terme)³⁷. J'aimerais préciser qu'il ne s'agit pas d'une évaluation, il n'y a donc pas de bonnes ou mauvaises réponses et votre identité restera anonyme. Est-ce que vous m'autorisez à enregistrer la conversation ?
- Objectif de l'entretien : L'objectif de cet entretien est de recueillir vos expériences et opinions concernant l'utilisation des surcouches de gamification dans les jeux vidéo, en mettant l'accent sur l'engagement et la rétention. Les surcouches de gamification consistent à intégrer des éléments de jeu à des domaines non ludiques, amplifiant ainsi l'engagement et la participation des utilisateurs en utilisant des mécaniques empruntées aux jeux vidéo. Dans ce cadre, la rétention consiste en la capacité à maintenir l'engagement des utilisateurs sur une période prolongée, les fidéliser et les inciter à revenir régulièrement.

³⁷ La gamification consiste à appliquer des éléments de jeu, tels que des règles, des récompenses et des compétitions, à des contextes non ludiques pour motiver, engager ou influencer le comportement des personnes.

Phase 2 - Test de connaissances

Introduction au test :

- Expliquer brièvement le but du test et son fonctionnement.
- Expliquer que ce n'est pas une évaluation, mais une mesure de son niveau de compétence dans le domaine des jeux-vidéo.

Début du test :

- Encourager le participant à répondre de manière réfléchie.
- Poser des questions préalablement préparées pour évaluer la connaissance et l'expérience du participant dans le domaine des jeux vidéo.

Phase 3 - Entretien directif :

Introduction à l'entretien :

- Mettre le participant à l'aise, rappeler qu'il n'y a pas de bonnes ou de mauvaises réponses et encourager à répondre le plus précisément possible.
- Présenter l'objectif et le déroulement de la phase d'entretien.

Début de l'entretien :

- Poser des questions au participant sur ses motivations de jeu.
- Explorer les motifs spécifiques qui le pousse à consacrer du temps aux jeux vidéo.

Investigation sur les préférences ludiques :

- Interroger le participant sur ses préférences ludiques spécifiques liés aux jeux auxquels il joue.
- Identifier quelles sont les préférences ludiques du participant et investiguer sur les motivations et expériences propres à celles-ci

Impact émotionnel des nouveautés :

- Interroger le participant sur ses réactions propres à des nouveautés.
- Demander au participant de donner une expérience pour appuyer ses propos.

Réflexion sur l'expérience globale :

- Demander au participant de décrire son expérience de jeu et en quoi les jeux-vidéo influencent son quotidien.

Phase 4 - Conclusion :

Conclusion de l'entretien :

- Signifier au participant la fin de l'entretien et le remercier.

IV) Résultats et interprétations

A) Interprétation des données

1) Résultats du questionnaire préliminaire

Le processus d'entretien a débuté par la distribution préalable d'un questionnaire aux participants, visant à collecter des données quantitatives sur leurs caractéristiques socio-démographiques, leurs habitudes et leurs motivations de jeu, avant la date fixée pour l'entretien. Pour mener à bien cette expérience, un groupe de vingt personnes a été sélectionné. La population étudiée était constituée de joueurs âgés de 18 à 30 ans, sans distinction de profession.

Analyse des données par question :

Partie 1 : Questions socio-démographiques

1. Êtes-vous amateur·rice de jeux vidéo ?
 - Résultats : 100% de oui
 - Observations : Tous les participants se considèrent comme amateurs de jeux vidéo.
2. Dans quelle tranche d'âge vous situez-vous ?
 - Résultats : 10% 26-30 ans, 35% 18-22 ans, 55% 22-26 ans
 - Observations : La majorité des participants (90%) sont âgés de 18 à 26 ans.
3. Comment vous identifiez-vous en termes de genre ?
 - Résultats : 55% d'hommes, 35% de femmes, 10% ne veulent pas préciser
 - Observations : La majorité des répondants sont des hommes, avec une représentation notable de femmes et de personnes préférant ne pas préciser leur genre.
4. Quelle est votre profession actuelle ?
 - Résultats : 75% étudiants, 15% employés, 10% travailleurs indépendants
 - Observations : La majorité des participants sont des étudiants.

5. Dans quelle province belge habitez-vous ?

- Résultats : 40% Hainaut, 35% Bruxelles, 15% Brabant Wallon, 5% Liège, 5% Luxembourg
- Observations : La répartition géographique montre une concentration dans le Hainaut et Bruxelles.

Partie 2 : Habitudes de jeu des participants

6. À quelle fréquence jouez-vous aux jeux vidéo ?

- Résultats : 45% jouent quotidiennement, 35% plusieurs fois par semaine, 20% une seule fois par semaine
- Observations : Près de la moitié des participants jouent quotidiennement, indiquant une forte implication dans le jeu vidéo.

7. Combien d'heures en moyenne par semaine consacrez-vous aux jeux vidéo ?

- Résultats : 30% jouent 10-20h par semaine, 20% jouent 5-10h, 20% jouent 1-5h, 10% jouent 20-30h, 15% jouent 30-40h, 5% jouent moins d'une heure par semaine
- Observations : La majorité des joueurs consacrent entre 1 et 20 heures par semaine aux jeux vidéo, avec un noyau dur jouant plus de 30 heures.

8. Quels sont vos genres de jeux préférés ? (Choix multiple)

- Résultats : 40% jeux de tir, 35% jeux de stratégie, 60% jeux de rôle, 25% jeux de sport et courses, 35% jeux d'action, 55% jeux d'aventure, 20% jeux puzzle/casse-tête, 5% jeux de musique/danse/rythme, 35% jeux MMO, 25% jeux de survie, 10% jeux de carte virtuel, 10% jeux de société numériques, 40% jeux de gestion/construction
- Observations : Les genres préférés incluent principalement les jeux de rôle, d'aventure et de tir, montrant une préférence pour des jeux immersifs et variés.

9. Quelles sont vos plateformes de jeu préférées ? (Choix multiple)

- Résultats : 55% PC, 55% console de salon, 40% console portable, 35% smartphone
- Observations : Les joueurs utilisent principalement les PC et les consoles de salon, mais les consoles portables et les smartphones sont également populaires.

10. Quels sont vos modes de jeu préférés ? (Choix multiple)

- Résultats : 70% solo, 50% multijoueur local, 55% en ligne
- Observations : La majorité des participants préfèrent jouer en solo, bien que le multijoueur local et en ligne soient aussi appréciés.

11. Faites-vous partie de communautés de jeux en ligne ? (Discord, forum, ...)

- Résultats : 50% oui, 50% non
- Observations : La moitié des répondants sont membres de communautés de jeux en ligne, indiquant une certaine sociabilité dans leurs habitudes de jeu.

Partie 3 : Motivations de jeu des participants

12. Quelles sont vos principales motivations pour jouer aux jeux vidéo ? (Choix multiple)

- Résultats : 80% pour le divertissement et le loisir, 45% pour évacuer le stress, 35% pour socialiser, 40% pour accomplir des défis et des objectifs, 5% pour des événements et compétitions e-sportives, 60% pour réduire l'ennui, 60% pour se relaxer et se détendre
- Observations : Les principales motivations sont le divertissement et le loisir, la réduction de l'ennui, et la relaxation, avec des motivations significatives pour évacuer le stress et accomplir des défis.

13. Considérez-vous votre consommation de jeux vidéo comme un moyen de socialiser ou de vous isoler ?

- Résultats : 55% pour s'isoler, 45% pour socialiser
- Observations : Une légère majorité joue pour s'isoler, tandis qu'une part significative utilise les jeux vidéo pour socialiser.

14. Selon vous, quels sont les 3 éléments les plus importants qui rendent un jeu « attirant » ? (Choix multiple)

- Résultats : 65% pour une narration captivante, 55% pour l'exploration, 60% pour des graphismes et audios immersifs, 45% pour la liberté d'action, 45% pour les récompenses et gratifications, 45% pour la personnalisation, 50% pour un gameplay stimulant

- Observations : Les éléments les plus attractifs sont une narration captivante, des graphismes et audios immersifs, et un gameplay stimulant, soulignant l'importance de l'immersion et de l'engagement.

15. Préférez-vous la compétition ou la collaboration dans les jeux ?

- Résultats : 65% préfèrent la compétition, 35% la collaboration
- Observations : La majorité des participants préfère la compétition, bien que la collaboration reste une préférence significative pour un tiers des joueurs.

16. Sur une échelle de 1 à 10, notez à quel point l'aspect compétitif ou coopératif influence votre expérience de jeu ?

- Résultats : 20% donnent un 9, 35% donnent un 8, 30% donnent un 7, 5% donnent un 5, 5% donnent un 4, 5% donnent un 1
- Observations : L'aspect compétitif ou coopératif a une forte influence sur l'expérience de jeu pour la majorité des participants, avec des notes majoritairement entre 7 et 9.

17. Sur une échelle de 1 à 10, notez à quel point les récompenses, succès, défis, etc., influencent votre expérience de jeu ?

- Résultats : 25% donnent un 9, 40% donnent un 8, 5% donnent un 6, 10% donnent un 5, 10% donnent un 3, 5% donnent un 2, 5% donnent un 1
- Observations : Les récompenses et les défis influencent fortement l'expérience de jeu pour une majorité de participants, avec des notes principalement entre 8 et 9.

Conclusion des résultats préliminaires :

Les résultats préliminaires du questionnaire révèlent des informations importantes sur les caractéristiques socio-démographiques, les habitudes et les motivations de jeu des participants. Tous les répondants sont des amateurs de jeux vidéo, principalement âgés de 18 à 26 ans. Ils jouent fréquemment, avec une forte proportion jouant quotidiennement. Les genres de jeux les plus populaires sont les jeux de rôle, d'aventure et de tir, et les plateformes de jeu préférées sont les PC et les consoles de salon. Les motivations principales pour jouer incluent le divertissement, la réduction de l'ennui, et la relaxation. La majorité des joueurs préfèrent la compétition, bien que la collaboration reste une préférence notable.

L'influence des aspects compétitifs et des récompenses est significative pour la plupart des participants. Ces données fournissent une base solide pour les entretiens directifs à venir, permettant d'approfondir la compréhension des comportements et des motivations des joueurs dans cette tranche d'âge.

2) Résultats du test de connaissances

Le test de connaissances a été administré aux participants pour évaluer leur familiarité avec divers aspects des jeux vidéo. Chaque participant a répondu à toutes les questions, et leur score a été calculé sur une base de 15 points.

Répartition des scores :

1. Distribution des scores :

- 0-3 points : Aucun participant
- 4-6 points : Aucun participant
- 7-9 points : Aucun participant
- 10-12 points : 20% des participants
- 13-15 points : 80% des participants

Observations générales :

- Scores faibles (0-6 points) :
 - Aucun participant n'a obtenu un score inférieur à 10 points, indiquant une solide connaissance globale des jeux vidéo parmi les participants.
- Scores moyens (7-12 points) :
 - Aucun participant n'est tombé dans cette tranche de score, ce qui suggère une cohérence dans la maîtrise des concepts abordés.
- Scores élevés (13-15 points) :
 - La grande majorité des participants (80%) ont obtenu des scores élevés, allant de 13 à 15 points, démontrant une excellente connaissance et une expertise notable dans le domaine des jeux vidéo.

Conclusion des résultats du test de connaissances :

Les résultats révèlent une excellente compréhension des participants en ce qui concerne les sujets abordés dans le test de connaissances sur les jeux vidéo. La majorité des participants ont obtenu des scores élevés, indiquant une solide maîtrise des concepts.

Ces résultats témoignent d'un haut niveau de familiarité et d'expertise dans le domaine des jeux vidéo parmi les participants.

3) Résultats de l'entretien directif

Pour rappel, l'entretien directif a été conçu dans le but de sonder les motivations conscientes et inconscientes des répondants, tout en examinant attentivement l'influence des jeux vidéo sur leur expérience et leur comportement. Les questions posées ont été élaborées pour aborder divers aspects, à savoir : les motivations générales des joueurs, leurs préférences ludiques, les impacts émotionnels causés par les nouveautés, ainsi qu'une réflexion globale sur leurs expériences de jeu. L'analyse de ces entretiens a été facilitée par un système de codage, permettant d'organiser et de catégoriser les réponses des participants en fonction des thèmes/concepts récurrents identifiés lors des retranscriptions. Les codes utilisés, répertoriés par catégorie, sont les suivants :

Motivations et éléments captivants pour les joueurs :

- COMP = Compétition : Lorsque le participant parle de son désir de rivaliser avec d'autres personnes.
- ACPL = Accomplissement : Lorsque le participant mentionne son désir d'atteindre des objectifs ou de surmonter des défis.
- PERF = Performance : Lorsque le participant exprime son intérêt pour la réalisation de hautes performances dans son expérience de jeu.
- SOC = Socialisation : Lorsque le participant discute de l'importance de l'interaction sociale avec d'autres personnes.
- EXPLO = Exploration : Lorsque le participant évoque son intérêt pour l'exploration de l'univers du jeu et la découverte de nouveaux contenus.
- NARR = Narration : Lorsque le participant parle de l'importance des éléments de narration vis à vis de son expérience de jeu.
- GAME = Gameplay : Lorsque le participant mentionne de l'importance des éléments de gameplay vis à vis de son expérience de jeu.
- LIBER = Liberté d'action : Lorsque le participant parle de l'importance d'une liberté significative dans ses actions et décisions dans son expérience de jeu.
- IMMER = Immersion : Lorsque le participant discute d'éléments qui contribuent à son immersion dans l'univers du jeu.

- GRAPH_BAND = Graphismes et bande-son : Lorsque le participant parle de l'importance et de l'impact des graphismes et de la bande sonore sur son expérience de jeu.

Préférences ludiques :

- RECOMP = Système de récompenses : Lorsque le participant parle de son attrait pour les mécanismes de récompenses virtuelles obtenus en jouant.
- COLLEC = Collection : Lorsque le participant mentionne son attrait pour la collection d'objets virtuels dans un jeu.
- DEF_SUCC = Défis et succès : Lorsque le participant évoque son attrait pour l'accomplissement de défis et/ou la chasse aux succès (trophées, badges, ...).
- PERSO = Personnalisation : Lorsque le participant évoque son attrait pour la personnalisation de son expérience de jeu (avatar, environnement, ...).

Engagement et rétention :

- FACT_ENG = Facteurs influençant l'engagement : Lorsque le participant discute des éléments de jeu qui affectent son engagement.
- FACT_RET = Facteurs influençant la rétention : Lorsque le participant évoque les éléments qui l'incitent à continuer de jouer sur le long terme.
- MOTIFS_ARRET = Motifs d'arrêt de jeu : Lorsque le participant mentionne des aspects qui influencent négativement son engagement et sa rétention.

Réactions émotionnelles :

- PLAISIR = Plaisir : Lorsque le participant exprime des sentiments de plaisir, de satisfaction ou de divertissement liés au jeu.
- FRUSTR = Frustration : Lorsque le participant mentionne des sentiments de frustration ou d'irritation liés au jeu.
- DETENT = Détente et relaxation : Lorsque le participant évoque des sentiments de détente, de relaxation ou de réduction du stress liés au jeu.
- DEPASS = Dépassement : Lorsque le participant exprime des sentiments de motivation ou de persévérance liés au jeu.

Ainsi, les codes ont été appliqués aux passages pertinents des transcriptions, permettant de structurer l'analyse et d'identifier les thèmes majeurs. Voici un exemple de codage appliqué à un extrait de l'entretien :

Extrait de l'entretien du participant n°5 :

" Pour moi, je dirais que c'est surtout l'aspect compétitif et j'ai toujours adoré ça. En plus de ça, j'aime essayer de me dépasser donc de faire toujours les meilleures parties, faire les meilleurs scores et essayer de faire toujours mieux pour m'améliorer. Et c'est encore mieux quand je suis récompensé pour mes perfs, donc si je prends l'exemple de LOL ça va être le fait de gagner des skins rares. »

Analyse avec le système de codage :

- " c'est surtout l'aspect compétitif et j'ai toujours adoré ça " : COMP
- " j'aime essayer de me dépasser donc de faire toujours les meilleures parties " : DEPASS
- " faire les meilleurs scores et essayer de faire toujours mieux pour m'améliorer " : PERF
- " c'est encore mieux quand je suis récompensé pour mes perfs " : RECOMP

Analyse des données par participant :

➤ Participant n°1 :

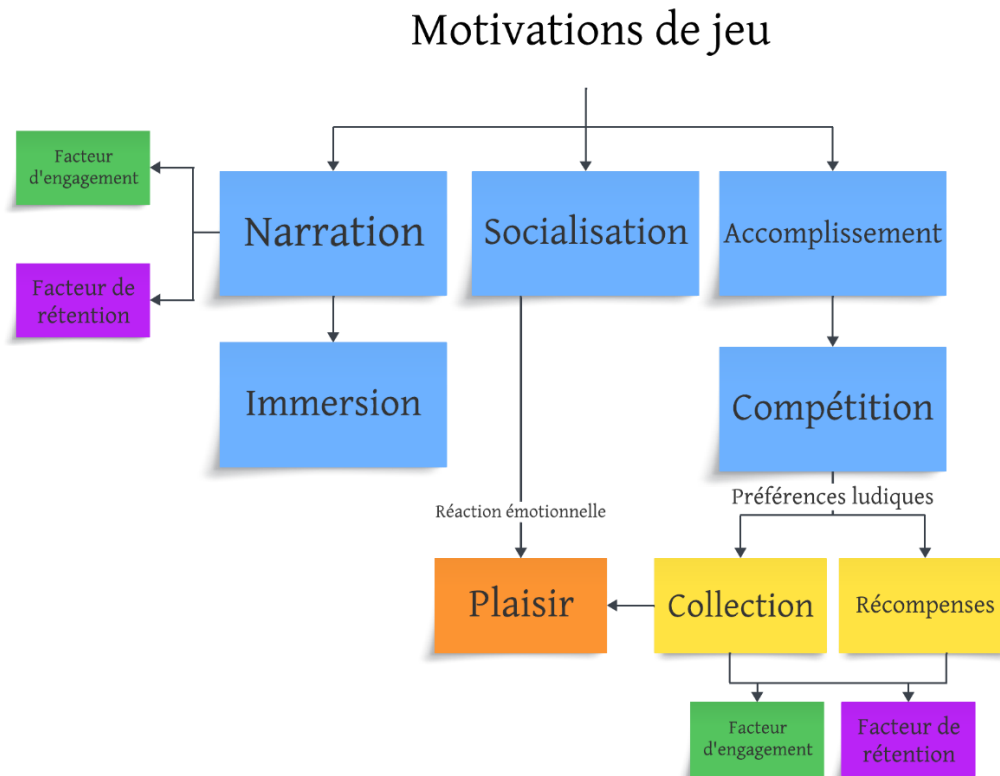


Figure 3 - Carte conceptuelle participant n°1

➤ Observations :

Lors de l'entretien directif avec le participant n°1, trois motivations principales de jeu ont été identifiées : la narration, la socialisation et l'accomplissement. La narration favorise l'immersion qu'il recherche dans son expérience de jeu et constitue un facteur d'engagement et de rétention. La socialisation lui procure du plaisir en jeu car jouer avec ses amis en ligne est une de ses sources préférées de divertissement. L'accomplissement motive son attrait pour la compétition, où les systèmes de récompenses captent particulièrement son attention. L'accumulation de récompenses suscitent un intérêt supplémentaire pour la collection d'objets virtuels, ce qui renforce son engagement dans la compétition. C'est une relation mutualiste qui stimule son enthousiasme et sa persévérance. De plus, il est spécialement attiré par les récompenses par palier et aléatoires, éprouvant une satisfaction à exhiber ce qu'il a gagné grâce à ses performances plutôt que de payer pour obtenir ce qu'il souhaite. Les éléments de collection et de récompense sont des facteurs clés de son engagement et de sa rétention. En dehors de l'analyse via le système de codage, il est à noter que des changements majeurs dans le gameplay suite à des mises à jour peuvent impacter son engagement et sa rétention. Toutefois, il reconnaît l'utilité des mises à jour et des régulations pour garantir une expérience de jeu équitable.

➤ Participant n°2 :

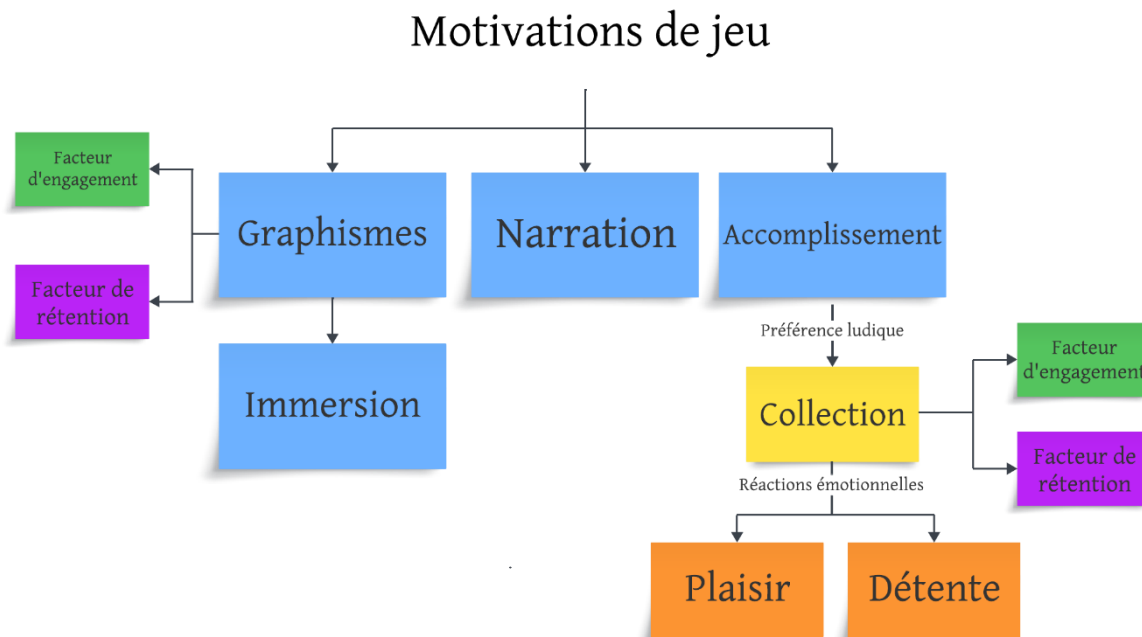


Figure 4 - Carte conceptuelle participant n°2

➤ Observations :

Les principales motivations du participant n°2 sont la narration, les graphismes et l'accomplissement. Les graphismes encourage l'immersion qu'il recherche dans son expérience de jeu et constitue un facteur d'engagement et de rétention. Son attrait pour l'accomplissement se manifeste par un défi personnel : collecter des objets, qu'ils soient faciles ou difficiles à obtenir, pour se motiver. C'est de cette quête d'accomplissement que naît son intérêt pour la collection d'objets virtuels. La collection lui procure du plaisir, de la détente et lui permet de se sentir rassuré, tout en le poussant à se dépasser. Il décrit cette activité comme sainement addictive et il a du mal à se concentrer sur la narration tant qu'il n'a pas atteint ses objectifs de collection. En outre, son caractère maniaque le pousse à organiser et classer ses objets, ce qui lui procure satisfaction détente et le motive à se connecter régulièrement pour optimiser sa collecte. En dehors de l'analyse via le système de codage, il est à noter que, dans l'ensemble, il considère son expérience de jeu comme satisfaisante et motivante, car certains jeux lui permettent de rêver d'une vie aussi riche que celle qu'il mène virtuellement. Les jeux vidéo ont également été un outil social lui permettant de rencontrer des amis. Enfin, en ce qui concerne les nouveautés introduites dans les jeux qu'il apprécie, il les accepte tant qu'elles ne sont pas trop importantes. Cependant, des changements majeurs pourraient l'inciter à arrêter de jouer, car il n'aime pas voir ses jeux préférés modifiés de manière significative.

➤ Participant n°3 :

Motivations de jeu

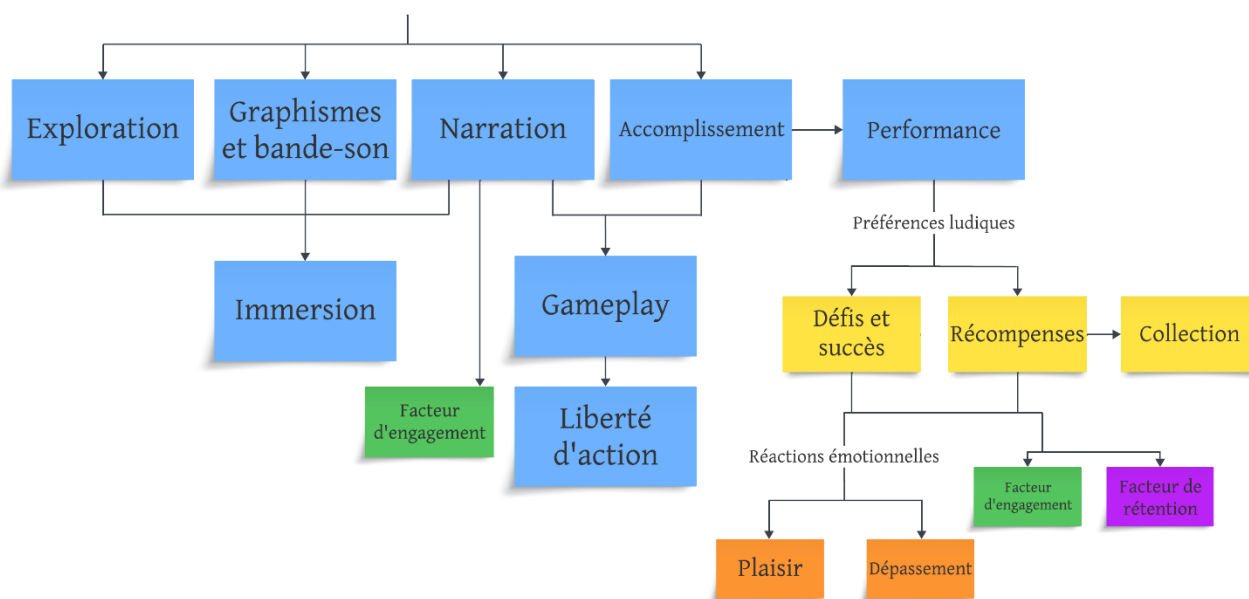


Figure 5 - Carte conceptuelle participant n°3

➤ Observations :

Les principales motivations du participant n°3 sont l'exploration, la bande-son et les graphismes, la narration et l'accomplissement. Les trois premières motivations vont encourager l'immersion qu'il recherche dans son expérience de jeu. Il apprécie particulièrement la liberté d'action et l'impact qu'il peut avoir sur l'univers du jeu. L'accomplissement renforce son intérêt pour l'innovation du gameplay, notamment sa technicité, qu'il voit comme un défi intéressant. L'accomplissement motive son attrait pour la performance et se traduit par un intérêt particulier pour la réussite de défis et la chasse aux trophées. Il aime relever des défis et ressent une grande satisfaction dans la réussite. Les récompenses qui correspondent à ses efforts le motivent, en particulier celles liées à des objectifs difficiles. Sa quête de performance et les systèmes de récompenses sont étroitement liés, alimentant un cycle où sa performance est récompensée par des améliorations statistiques et des succès accrus. Son intérêt pour les récompenses le pousse également à collectionner des objets virtuels, ce qui renforce son engagement en améliorant sa performance. . Les éléments de défis et les systèmes de récompenses sont les facteurs clés de son engagement et de sa rétention, tandis que la collection ajoute un élément motivant supplémentaire. En dehors de l'analyse via le système de codage, il apprécie les nouveautés dans les jeux tant qu'elles préservent l'essence du jeu. De plus, les jeux influencent sa vie quotidienne, car il s'intéresse aux « lores » des univers de jeu, aime en discuter avec d'autres fans et consommer du contenu lié, comme des BD ou des vidéos.

➤ Participant n°4 :

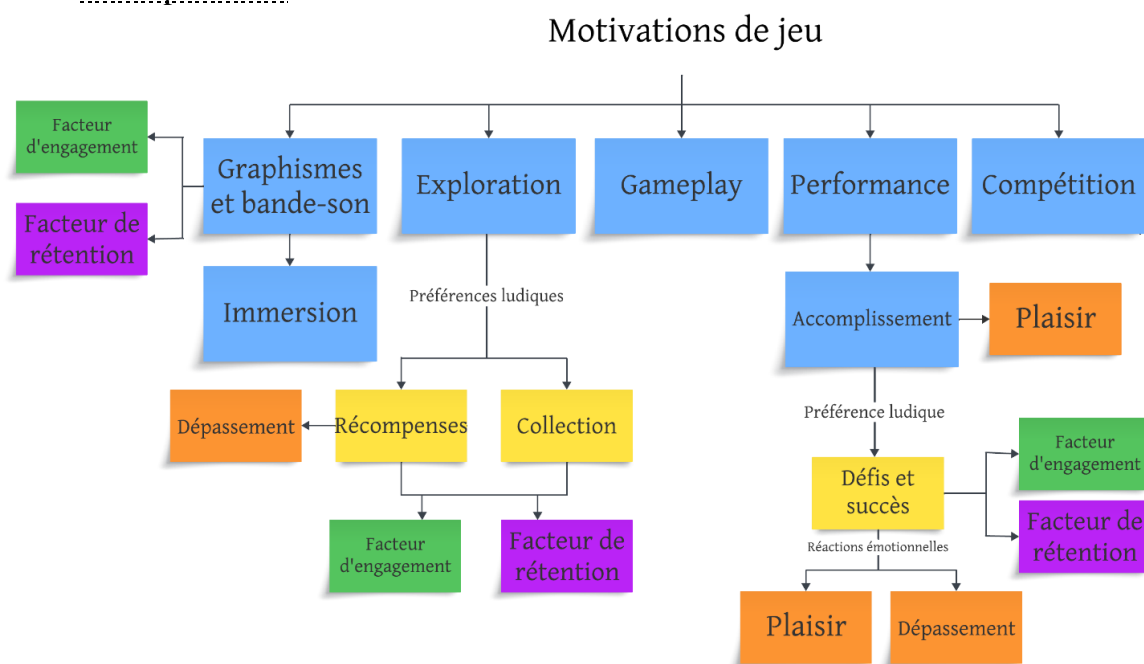


Figure 6 - Carte conceptuelle participant n°4

➤ Observations :

Les principales motivations du participant n°4 sont les graphismes et les bandes sons, l'exploration, le gameplay, la performance et la compétition. Les graphismes et les bandes-son vont encourager l'immersion qu'il recherche dans son expérience de jeu. Il souligne particulièrement l'importance de la bande-son dans un jeu, car il est sensible à cet aspect et son potentiel à maintenir son engagement et sa rétention. Il estime qu'un bon gameplay est essentiel pour une expérience de jeu satisfaisante, et il apprécie de se fixer des défis pour atteindre des performances élevées, trouvant plaisir et satisfaction dans leur accomplissement. Il estime qu'un jeu dénué de défis est monotone, trouvant dans la difficulté un élément essentiel de son expérience ludique. Ainsi, la recherche de défis et de succès constitue un élément important de son engagement et de sa rétention, lui procurant du plaisir et le motivant à se surpasser. L'exploration est également importante pour lui et il associe cette activité à la collection d'objets virtuels, trouvant de la valeur dans l'obtention de récompenses pour son exploration. Il est prêt à passer de nombreuses heures à collecter des objets et son intérêt pour les récompenses le motive davantage à jouer. Les récompenses et la collecte sont des éléments clés de son engagement et de sa rétention. En dehors de l'analyse via le système de codage, il apprécie les nouveautés dans les jeux, tant qu'elles améliorent l'expérience globale. En dehors du jeu, il reconnaît l'influence positive des jeux vidéo sur sa vie quotidienne, notamment en lui enseignant la persévérance.

➤ Participant n°5 :

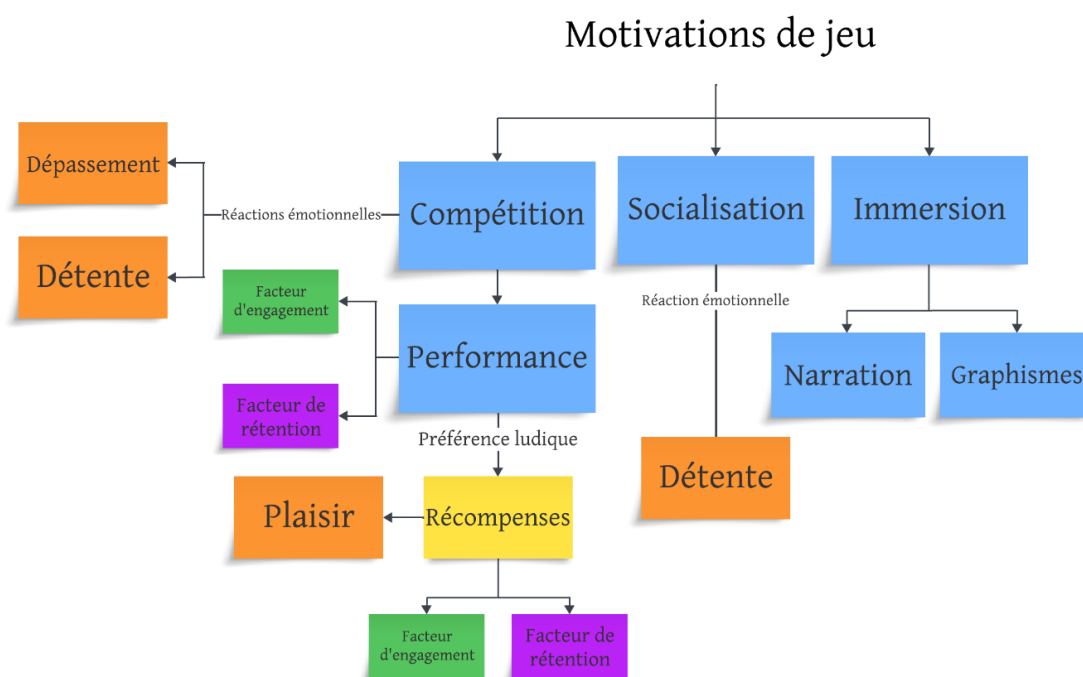


Figure 7 - Carte conceptuelle participant n°5

➤ Observations :

Les principales motivations du participant n°5 sont la compétition, la socialisation et l’immersion. Il évoque l’influence significative de ses amis sur son temps de jeu et considère les sessions de jeu avec eux comme une manière de se détendre. L’immersion constitue le pilier de son expérience de jeu, alimentée par une narration immersive et des graphismes captivants pour vivre pleinement son expérience. La compétition est un élément qu’il apprécie particulièrement, qui le stimule à se dépasser et à s’améliorer continuellement tout en lui permettant de se vider la tête. La compétition suscite un intérêt pour la performance, le motivant à donner le meilleur de lui-même à chaque partie. Ce désir de performance provoque un attrait pour les récompenses, qu’il perçoit comme reconnaissance de ses efforts plutôt que comme un moyen de progression. Son engagement dans le jeu est également soutenu par une recherche constante d’amélioration, par le biais de stratégies élaborées en dehors du jeu et mises en pratique dans un environnement compétitif. Ceci suggère que les aspects de performance et de récompense jouent un rôle majeur sur son engagement et sa rétention. En dehors de l’analyse via le système de codage, il considère positivement les nouveautés introduites en jeu lorsqu’elles permettent une évolution du jeu dans le bon sens, sans compromettre son identité. En dehors du jeu, il estime que son expérience de jeu a façonné sa personnalité en lui inculquant des valeurs importantes.

➤ Participant n°6 :

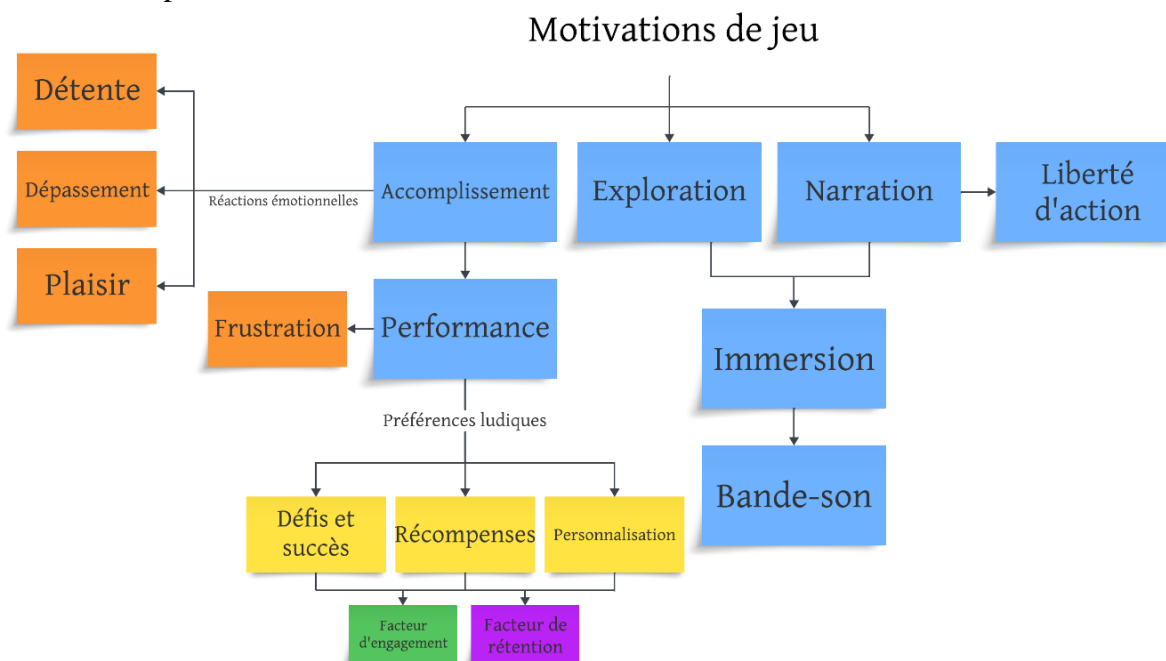


Figure 8 - Carte conceptuelle participant n°6

➤ Observations :

Les motivations principales du participant n°6 sont l'accomplissement, l'exploration et la narration. Il accorde une grande importance à la liberté d'action, ce qui favorise son immersion, surtout grâce à l'implication émotionnelle liée à la narration. L'immersion est encore renforcée par la bande-son, à laquelle il est très sensible. Son désir de performance le pousse à consacrer beaucoup de temps aux jeux vidéo pour s'améliorer et se dépasser, trouvant satisfaction dans la réussite de défis, qui sont pour lui un moyen de se détendre et d'oublier le quotidien. La complétion de défis est un élément déterminant de sa motivation à jouer. La victoire le motive à jouer davantage, tandis que la défaite peut le décourager, ce qui démontre une certaine frustration face à l'échec. De son attrait pour la performance découle un intérêt pour les systèmes de récompenses, particulièrement celles qui améliorent ses performances et, idéalement, celles qui sont aussi esthétiques. Bien que moins fort, il montre aussi un intérêt pour la personnalisation de son expérience de jeu en lien avec les récompenses qu'il gagne. Ainsi, les éléments de récompenses, de défis et succès, et de personnalisation sont des facteurs clés de son engagement et de sa rétention. En dehors du système de codage, il apprécie les nouveautés en jeu, aimant tester et découvrir de nouvelles façons de jouer. Il estime que les jeux influencent sa vie quotidienne, notamment dans ses relations sociales et ses autres divertissements. Il est très fan des communautés de jeu, consommant du contenu médiatique et littéraire lié aux jeux qu'il aime, et appréciant l'interaction avec d'autres membres de ces communautés pour discuter de leur passion commune qui peut s'articuler autour d'un jeu précis.

➤ Participant n°7 :

Motivations de jeu

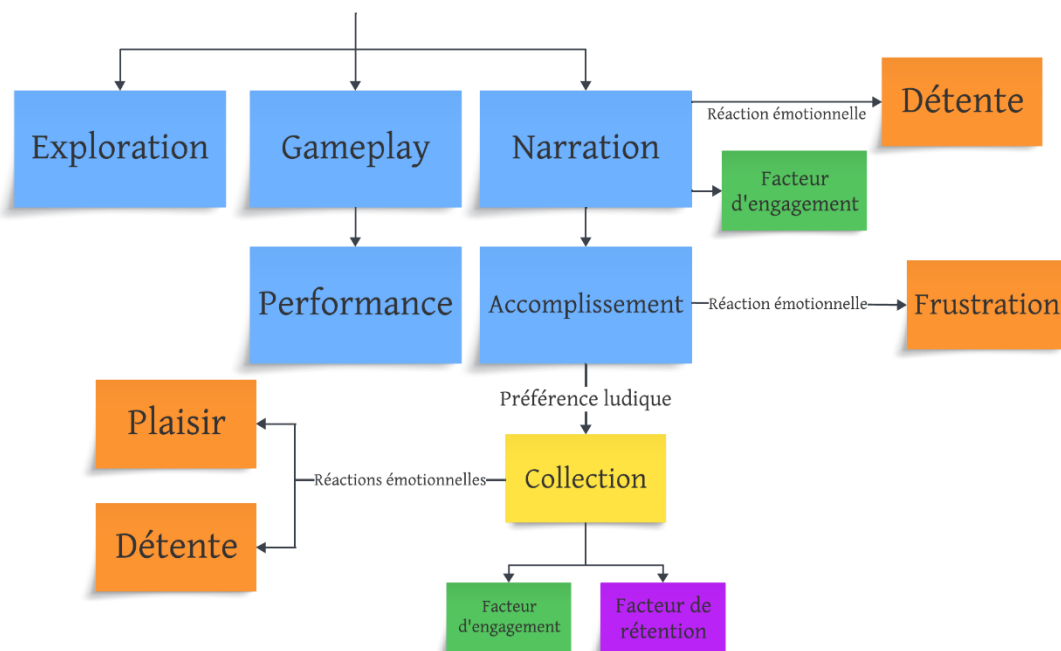


Figure 9 - Carte conceptuelle participant n°7

➤ Observations :

Les motivations principales du participant n°7 sont l'exploration, le gameplay et la narration. Pour lui, l'accomplissement vient davantage de la progression dans la narration et l'histoire du jeu ou des sessions de « farm », plutôt que des défis qu'il cherche à relever. Il ressent une profonde détente grâce à la narration, mais aussi de la frustration lorsque des défis nécessaires à l'avancement de l'histoire viennent entraver sa progression. Le gameplay le captive particulièrement, générant un attrait pour la performance, notamment pour avancer le plus possible dans le jeu et optimiser la collecte. Il est motivé à explorer au maximum et à collecter tout ce qui est possible, trouvant cette activité relaxante. La collection lui apporte une grande satisfaction et le rassure, le préparant à affronter toutes les situations possibles dans le jeu. La défaite, caractérisée par la mort dans le jeu, le frustre énormément, donc l'accumulation d'objets renforce sa confiance. Ainsi, la collection est un facteur clé d'engagement et de rétention pour lui. En dehors du système de codage, il n'éprouve pas de sentiments particuliers liés aux nouveautés en jeu. Les jeux vidéo sont pour lui une activité nécessaire et très relaxante, lui permettant d'oublier ses problèmes. En tant que grand fan d'histoire, il prend énormément de plaisir à jouer à des jeux qui le font voyager, parfois autant que la lecture d'un livre. Les jeux influencent sa vie quotidienne, car plus un jeu est bon, plus il devient fan, ce qui impacte fortement sa consommation de médias et de divertissements liés à ce jeu.

➤ Participant n°8 :

Motivations de jeu

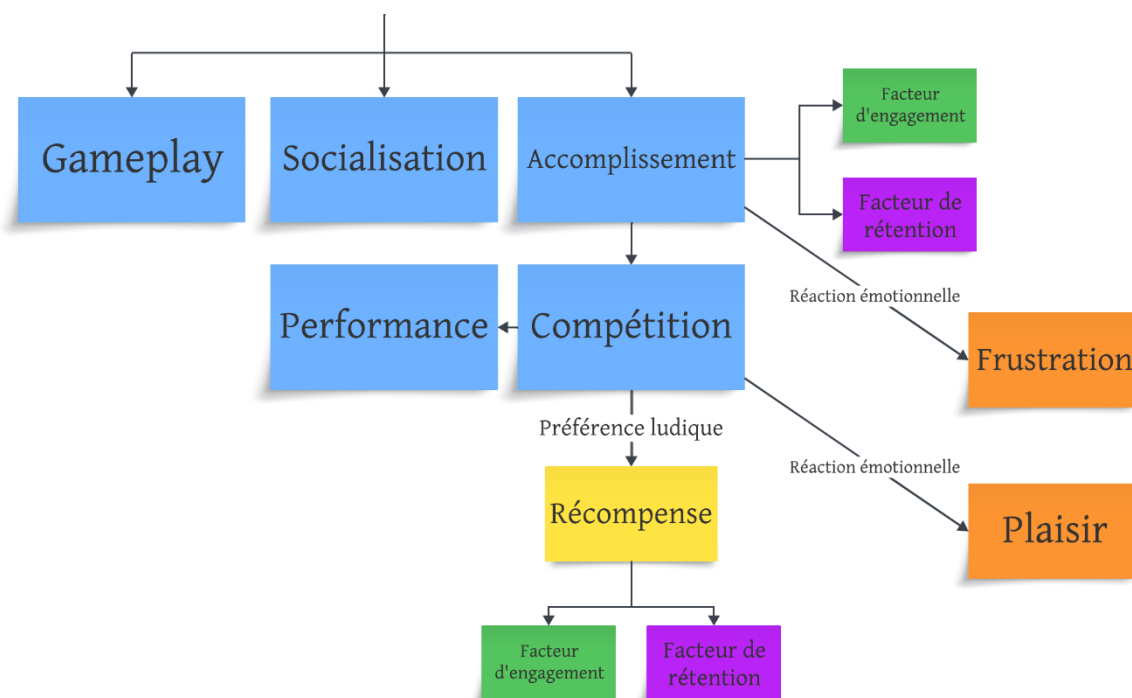


Figure 10 - Carte conceptuelle participant n°8

➤ Observations :

Les motivations principales du participant n°8 sont le gameplay, la socialisation et l'accomplissement. Il cherche un équilibre entre défi et récompense dans son expérience de jeu, appréciant la technicité du gameplay mais évitant les difficultés trop extrêmes qui le frustrerent. Il aime sentir une progression et s'améliorer avec le temps, et n'hésite pas à s'impliquer de plus en plus pour progresser. La socialisation est essentielle pour lui, il préfère jouer avec des amis plutôt que seul. D'ailleurs, la compétition devient un de ses intérêts majeurs en jeu, ce qui provoque son attrait pour la performance et la progression. Les systèmes de récompenses sont importants pour lui, car ça lui apporte une satisfaction et un sentiment de mérite pour ses performances. Il trouve les récompenses gratifiantes, surtout lorsqu'elles servent de trophées sociaux démontrant ses réussites. Cependant, il éprouve une forte frustration face à la défaite. Les systèmes de récompenses sont donc des facteurs clés de son engagement et de sa rétention. En dehors du système de codage, il est mitigé vis-à-vis des nouveautés en jeu. Il apprécie l'évolution mais craint les détournements nuisibles à son expérience de jeu. De plus, il considère que les jeux ont influencé sa vie quotidienne, notamment à travers la consommation de contenu sur YouTube et Twitch, bien qu'il en consomme moins à cause de ses études. Par contre, il aime discuter des jeux avec les nouvelles personnes qu'il va rencontrer.

➤ Participant n°9 :

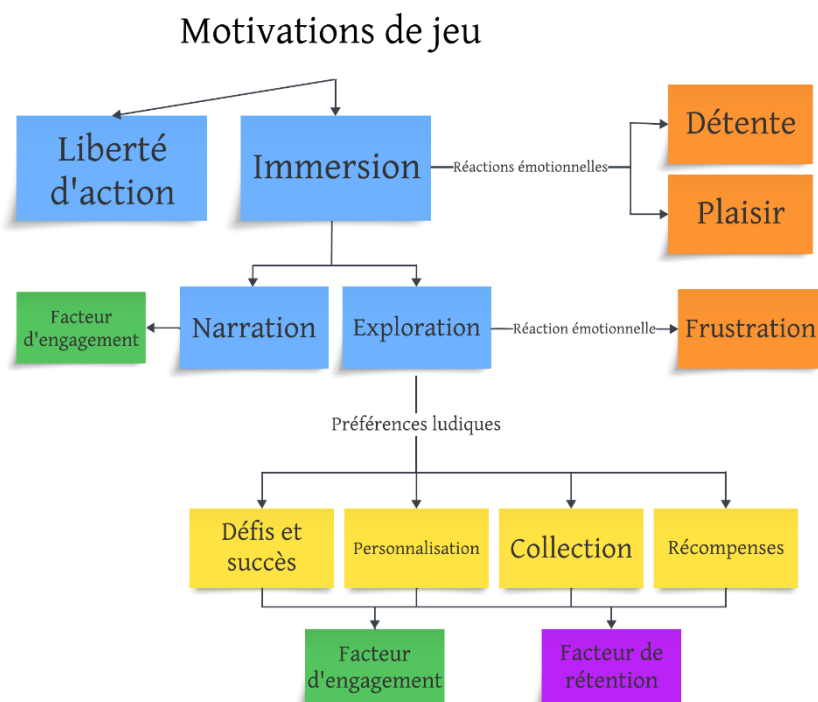


Figure 11 - Carte conceptuelle participant n°9

➤ Observations :

Les motivations principales du participant n°9 sont l'immersion et la liberté d'action dans les jeux. Il recherche des univers de jeu solides et détaillés qui lui permettent de s'évader du monde réel. L'exploration de ces univers, la narration, et la collection d'objets sont des éléments clés de son plaisir et de sa détente. Il trouve que l'exploration demande du temps, de l'implication et de la réflexion, et il est frustré par les jeux qui expédient cette partie. Son appréciation de l'exploration entraîne plusieurs intérêts supplémentaires : les récompenses, les défis et succès, la personnalisation et la collection. Il aime accomplir des défis et obtenir des récompenses pour ses efforts, trouvant satisfaction dans la complétion de tout ce que le jeu propose. En tant que « complétionniste », il attache de l'importance à tout faire dans le jeu, y compris l'exploration et la collection. Cette volonté de complétion le pousse à s'intéresser à l'accomplissement de défis et à la chasse aux trophées pour sa satisfaction personnelle. La personnalisation de son expérience de jeu, notamment en termes d'équipement et de manière de jouer, est également importante pour lui. Il apprécie de ne pas être forcé dans le choix de l'équipement et des armes, car cela lui permet d'approcher le jeu à sa manière. Les éléments de défis, récompenses, collection et personnalisation sont essentiels à son engagement et à sa rétention dans les jeux. En dehors du système de codage, il apprécie les nouveautés qui enrichissent le jeu sans en altérer l'essence originale. Les jeux vidéo ont un impact significatif sur sa vie quotidienne, offrant une routine rassurante et un moyen de s'évader.

➤ Participant n°10 :

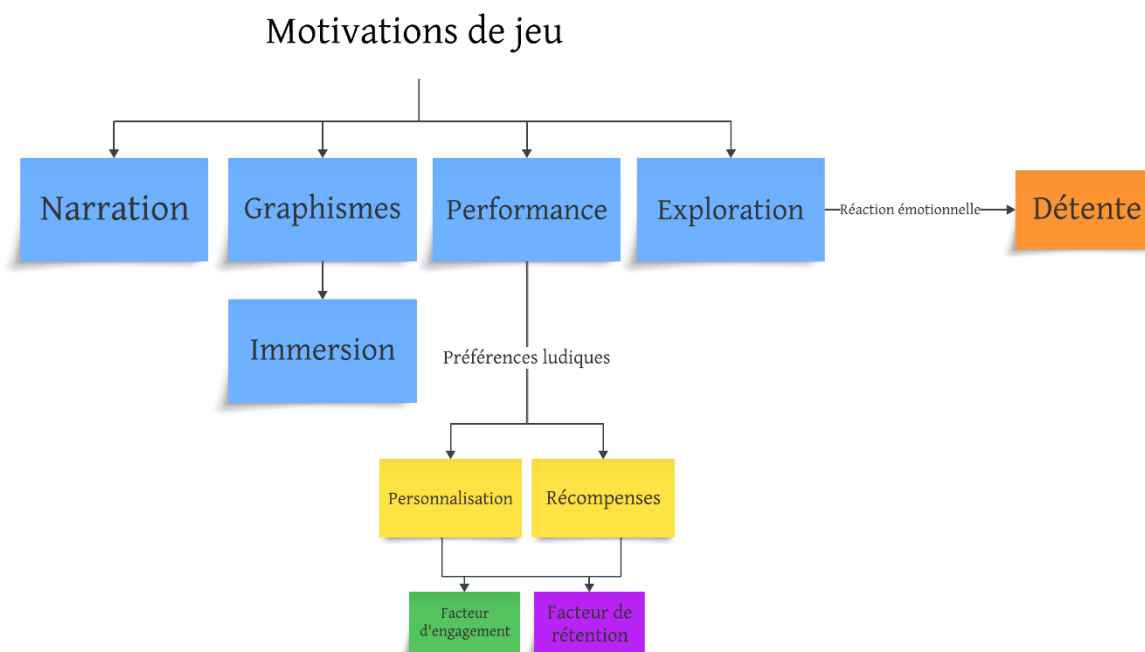


Figure 12 - Carte conceptuelle participant n°10

➤ Observations :

Les motivations principales du participant n°10 sont la narration, les graphismes, la performance, et l'exploration. L'immersion est renforcée par le réalisme des graphismes et la pertinence des détails en jeu. L'exploration est cruciale, car il aime découvrir tout ce que le jeu peut offrir, souvent en déviant de l'axe principal pour explorer les aspects annexes. Cela permet de jongler entre des moments de jeu sérieux et des moments plus détendus. Par ailleurs, il trouve du plaisir et de l'amusement dans la performance, cherchant à obtenir les meilleurs résultats possibles. Cet intérêt pour la performance est lié à une forte envie de personnalisation de son environnement de jeu, tant pour l'amélioration des statistiques que pour l'esthétique. Il investit du temps supplémentaire pour obtenir des objets de personnalisation, ce qui aide à son identification et immersion dans le jeu. Il apprécie également le côté créatif de la personnalisation en fonction de l'univers du jeu. Son intérêt pour la personnalisation est étroitement lié à une appréciation des systèmes de récompenses, qui lui permettent de modifier son personnage et de progresser. Il aime être récompensé pour ses efforts, et il trouve satisfaction à savoir qu'une récompense l'attend à la fin d'une longue session de jeu. La personnalisation et les récompenses sont donc des éléments clés de son engagement et de sa rétention. En dehors du système de codage, il est à noter qu'il apprécie les nouveautés introduites dans les jeux, car elles ravivent son intérêt et l'incitent à jouer de manière intensive et régulière. Cependant, il ne pense pas que les jeux vidéo influencent sa vie quotidienne de manière significative.

➤ Participant n°11 :

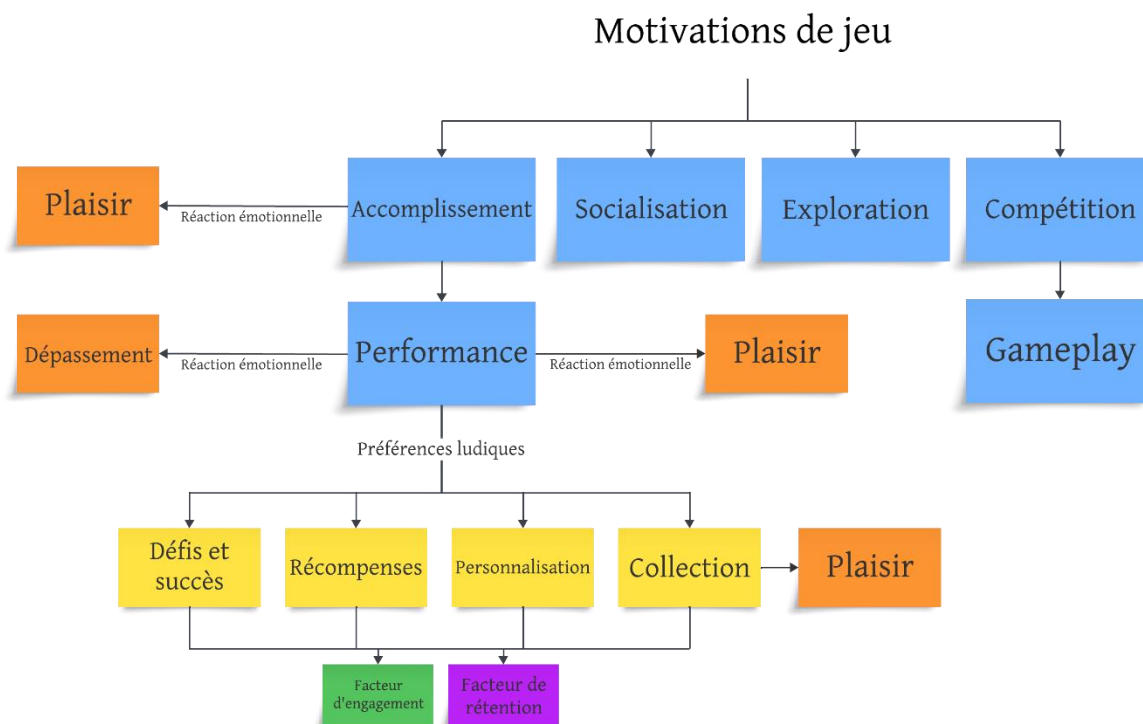


Figure 13 - Carte conceptuelle participant n°11

➤ Observations :

Les motivations principales du participant n°11 sont l'accomplissement, la socialisation, l'exploration et la compétition. Il apprécie particulièrement passer du temps avec ses amis et ressentir un sentiment d'accomplissement grâce à l'évolution et la progression dans le jeu, qu'il trouve gratifiant. Il aime perfectionner sa technique, devenant meilleur avec le temps, ce qui le motive davantage. Il a un gros attrait pour le gameplay, qui pour lui est essentiel car il porte le jeu et contribue à son innovation. Un gameplay bien conçu doit être à la fois rapidement maîtrisable et suffisamment complexe pour offrir une large palette d'options et permettre une adaptation du style de jeu. En dehors du gameplay, c'est le contenu autour des jeux (Twitch, YouTube) qu'il va consommer qui va le plus l'engager sur le long terme car il va s'en inspirer pour améliorer ses performances. Son intérêt pour la performance se traduit par un attrait pour l'accomplissement de défis, notamment la pratique du « speedrun ». Un autre attrait lié à la performance est la collection de personnages virtuels. Il trouve que la collection le fidélise au jeu et impacte même son quotidien, car il apprécie la satisfaction qu'il ressent lorsqu'il obtient des objets rares ou difficiles à acquérir. La collection est également liée à son intérêt pour les récompenses en jeu, particulièrement celles de classement, qu'il trouve très satisfaisantes car elles reflètent ses performances.

La personnalisation de son expérience de jeu est également importante pour lui, car elle lui offre une liberté d'action et lui permet d'exprimer sa créativité. Il apprécie particulièrement les jeux qui combinent performance et réflexion liée à la personnalisation de l'avatar. Les éléments de défis et succès, de personnalisation, de collection, et de récompenses sont donc des facteurs clés de son engagement et de sa rétention dans les jeux. En dehors du système de codage, il faut noter qu'il a un avis partagé sur les nouveautés en jeu, les trouvant généralement positives mais parfois ressentant de la nostalgie ou du regret pour des options supprimées. Il estime que les jeux vidéo influencent sa vie quotidienne, notamment dans ses interactions sociales où il applique les principes et utilise le langage des jeux.

➤ Participant n°12 :

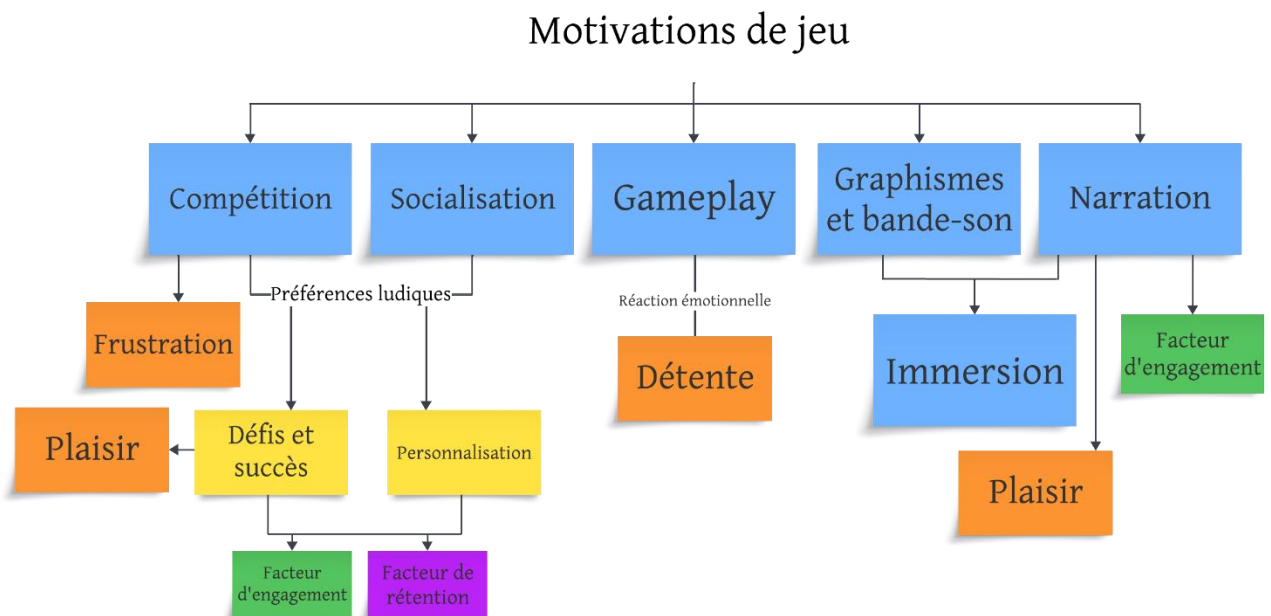


Figure 14 - Carte conceptuelle participant n°12

➤ Observations :

Les motivations principales du participant n°12 sont la compétition, la socialisation, le gameplay, les graphismes et les bandes son, ainsi que la narration. Pour lui, la qualité d'un jeu repose sur l'interaction entre le gameplay et la narration. En tant que grand fan de RPG, il accorde une importance particulière à la narration combinée aux graphismes et à la bande-son, qui jouent un rôle crucial dans son immersion. La narration est si importante pour lui qu'elle peut l'influencer à rester sur un jeu et à le terminer en fonction de la profondeur et de l'écriture de l'histoire.

Son attrait pour la compétition est lié à la socialisation, notamment à travers des compétitions avec ses amis, ce qui génère chez lui un intérêt pour l'accomplissement de défis et la chasse aux trophées. Il cherche à obtenir le trophée platine comme preuve de réussite et partage ses victoires avec ses amis, malgré la frustration que peut générer un esprit trop compétitif. Cela lui procure une grande motivation, surtout si la difficulté du jeu est élevée. La personnalisation de l'expérience de jeu est importante pour lui car elle lui donne un sentiment de progression et de vie dans le jeu, en particulier dans les RPG où elle ajoute une profondeur de gameplay. Les éléments de narration, de personnalisation et de défis sont ainsi des facteurs clés de son engagement et de sa rétention dans le jeu. En dehors du système de codage, il faut noter que les nouveautés introduites dans un jeu l'enthousiasment et renforcent son attachement envers le jeu. Il pense que les nouveautés montrent l'effort du studio et l'attention portée à la communauté, ce qui le motive à relancer le jeu et procure un sentiment de respect et de valorisation envers le jeu. De plus, il considère que les jeux influencent sa vie quotidienne en tant que moyen de divertissement et de socialisation, malgré des moments de frustration rencontrés dans sa jeunesse.

➤ Participant n°13:

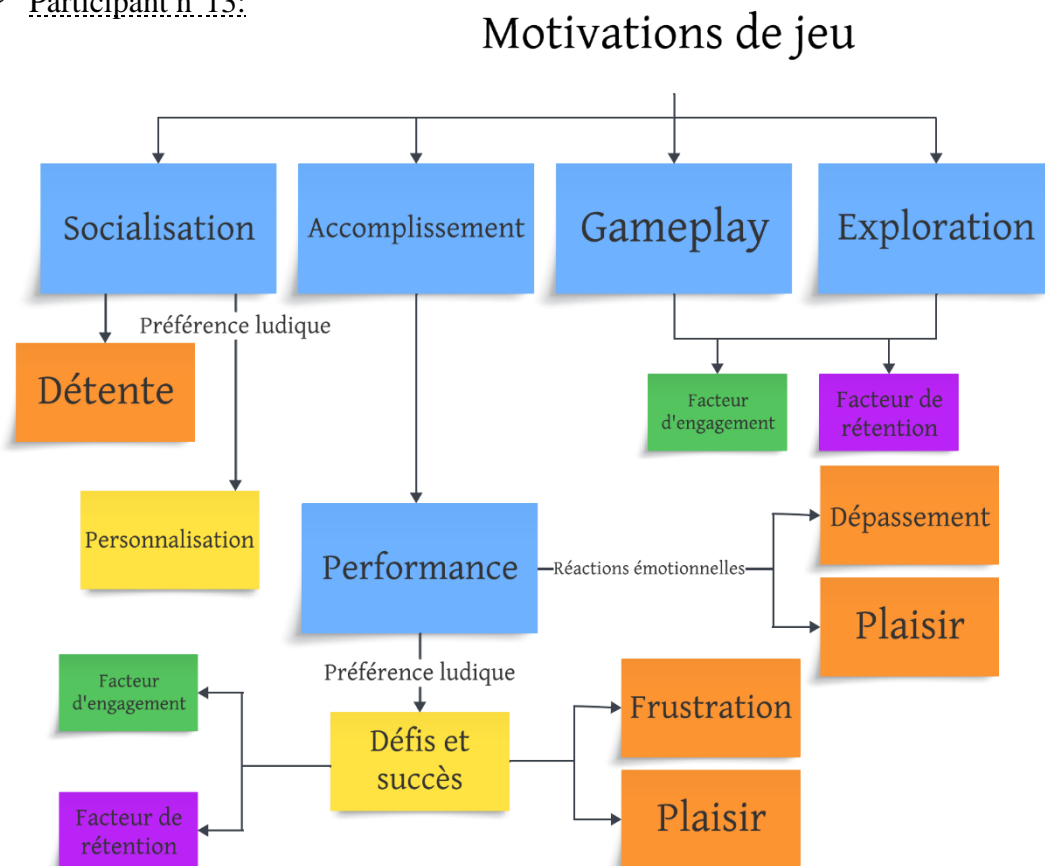


Figure 15 - Carte conceptuelle participant n°13

➤ Observations :

Les motivations principales du participant n°13 sont la socialisation, l'accomplissement, le gameplay et l'exploration. Il joue aux jeux vidéo pour se détendre avec des amis ou pour s'investir émotionnellement et intellectuellement dans un univers fictif pour se déconnecter de son quotidien. Il considère que chaque jeu a des objectifs différents et il apprécie le challenge et la découverte qu'ils offrent. Lorsqu'il maîtrise un jeu, il va avoir tendance à se concentrer sur la performance et l'amélioration de son niveau, tandis que lorsqu'il découvre un nouveau jeu, sa curiosité va le pousser à l'exploration. Il accorde une grande importance au gameplay, il préfère ceux qui sont innovants et motivants, et trouve les jeux trop répétitifs ennuyeux. Le plaisir de découvrir de nouveaux mondes et d'atteindre de nouveaux objectifs, surtout lorsque le gameplay favorise l'exploration, le pousse à persévérer même si le jeu devient long ou monotone. Il aime réaliser des défis, notamment via la pratique du « speedrun », ce qui renforce son goût pour l'accomplissement et la chasse aux succès, et l'aide à apprécier les jeux grâce à leur niveau de difficulté. Sa passion pour la performance le pousse à se surpasser pour réussir des jeux difficiles, trouvant du plaisir dans la réussite des challenges. Lié à son attrait pour la socialisation, il apprécie la personnalisation qui lui permet de montrer sa créativité et sa personnalité en jouant, surtout dans un contexte social où il s'amuse avec des amis. Ainsi, les éléments de défis et succès, de gameplay et d'exploration sont essentiels à son engagement et à sa rétention. En dehors du système de codage, il faut noter que son avis est partagé, concernant les nouveautés dans les jeux. Dans des contextes compétitifs, les mises à jour peuvent avoir des effets positifs ou négatifs, mais il tend à penser qu'elles sont souvent bénéfiques. Enfin, il considère que les jeux vidéo influencent sa vie quotidienne car il lui permette de canaliser ses émotions et lui offre un effet de catharsis, tout en permettant des interactions sociales et le partage d'expériences avec d'autres joueurs.

➤ Participant n°14 :

Motivations de jeu

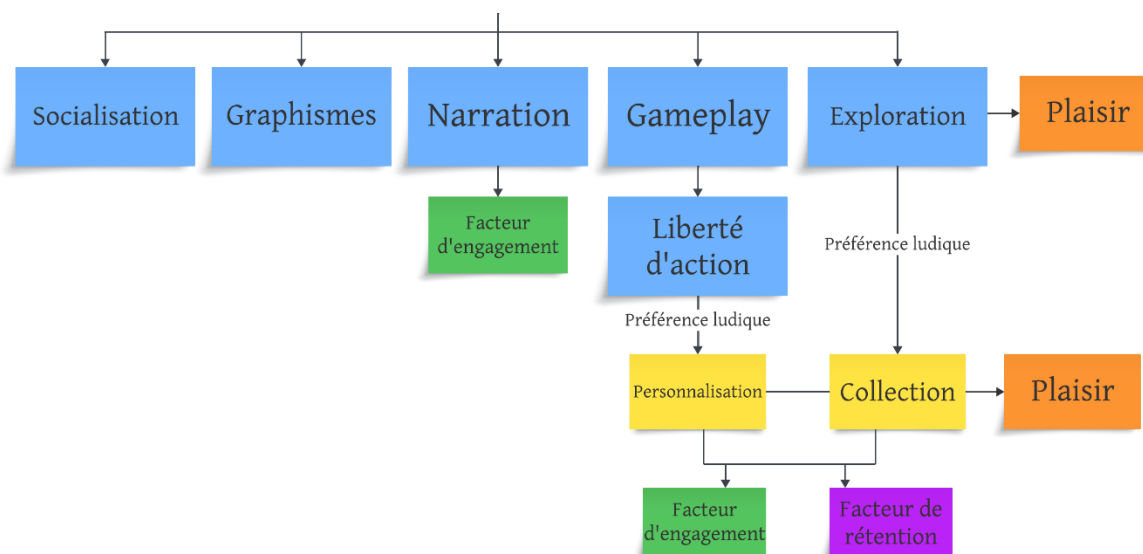


Figure 16 - Carte conceptuelle participant n°14

➤ Observations :

Les motivations principales du participant n°14 sont la socialisation, les graphismes, le gameplay, la narration et l'exploration. Ce qui l'attire le plus dans un jeu, ce sont le gameplay, les graphismes et l'histoire. Jouer en ligne avec ses amis est un motif de jeu important pour lui, d'ailleurs leurs choix influencent souvent les jeux qu'il achète. Même s'il n'apprécie pas particulièrement un jeu, il va continuer d'y jouer s'il sait qu'il va s'amuser avec ses amis. Il apprécie particulièrement la liberté d'action dans les jeux, aimant la possibilité de faire des choix et de disposer d'une certaine liberté dans un univers donné. La narration est également importante pour lui, car elle influence la répétitivité et la fréquence de ses sessions de jeu. De plus, l'exploration de nouveaux univers, surtout dans ses licences préférées, lui procure beaucoup de plaisir. Son attrait pour la liberté d'action se traduit par une forte préférence pour la personnalisation des personnages, qui devient plus importante avec l'augmentation des choix disponibles qui vont s'ouvrir à lui au niveau de la création. Sa liberté d'action combinée à son goût pour l'exploration lui procure un réel plaisir dans la collection. Il aime récolter un maximum d'objets pour améliorer ses personnages, tant esthétiquement que statistiquement. La collection lui apporte une grande satisfaction, augmentant son envie de jouer et l'incitant à explorer davantage l'univers du jeu. Pour lui, la collection est une source de gratification, reflétant son côté maniaque dans la vie réelle. Il trouve satisfaisant et agréable de voir tous ses objets bien rangés et stockés correctement, sachant que plus il en possède, plus il est satisfait.

En dehors du système de codage, il faut noter qu'il n'apprécie pas les nouveautés introduites dans les jeux, les trouvant souvent perturbatrices et perçues comme une manière de faire du profit au détriment de l'expérience originale. Cela le rend nostalgique des jeux dans leur version initiale. Par ailleurs, il considère que les jeux vidéo influencent sa vie quotidienne. Ils sont sa principale source de distraction et un moyen de maintenir des rendez-vous réguliers avec ses amis, car cela lui permet de garder contact avec certains qu'il ne voit pas souvent.

➤ Participant n°15:

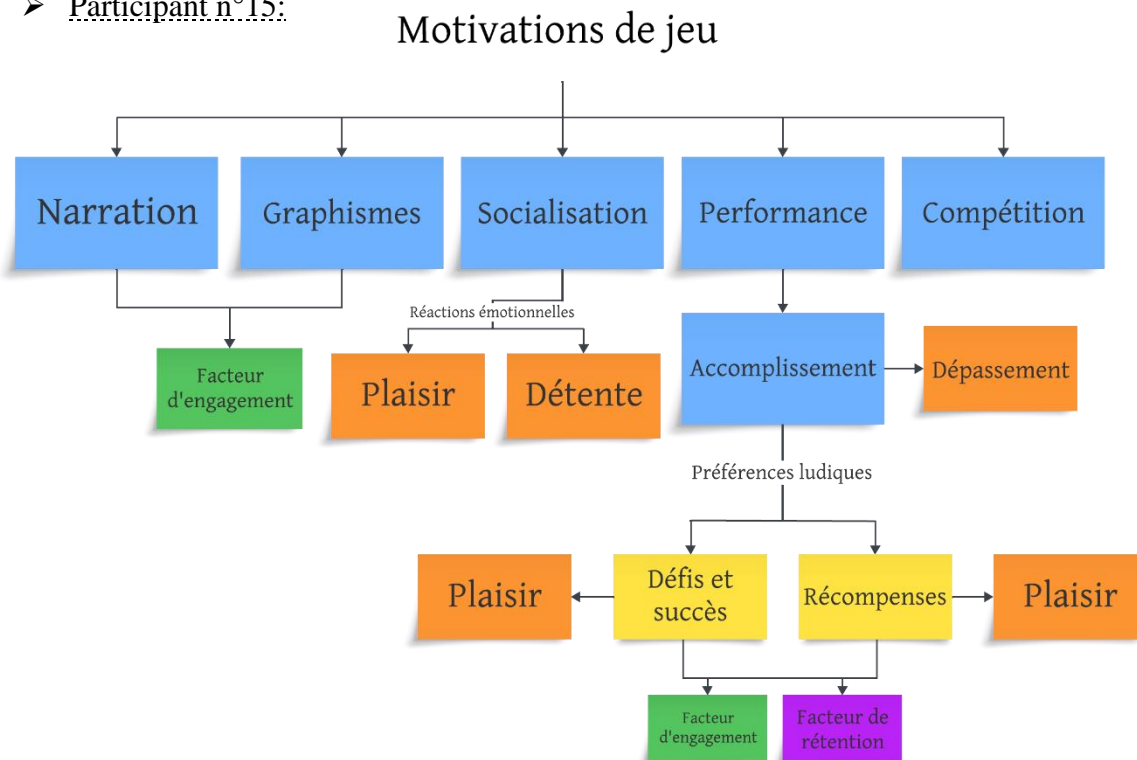


Figure 17 - Carte conceptuelle participant n°15

➤ Observations :

Les motivations principales du participant n°15 sont la narration, la socialisation, les graphismes, la performance et la compétition. Jouer avec ses amis est une source de plaisir, car il aime l'excitation des rebondissements et des interactions inattendues. Pour lui, jouer avec des amis transforme n'importe quel jeu en une expérience amusante et garantit des moments de rire. La socialisation pendant le jeu est une façon de se détendre et de se divertir, qu'il considère comme une récompense bien méritée en fin de la journée. En dehors du gameplay, il précise que les graphismes et la narration contribuent le plus à son engagement à long terme. Plus un jeu aura des décors et une narration intrigante, plus cela lui donnera envie de jouer. De plus, il aime beaucoup la compétition et particulièrement la performance, en se donnant des défis et des objectifs en jeu.

Cette motivation pour l'accomplissement le pousse à se dépasser tant que le jeu est à son niveau. De son goût pour l'accomplissement de challenges, émerge une préférence pour les récompenses qu'il peut gagner grâce à ses performances. . Il apprécie d'être récompensé pour ses efforts, que ce soit en solo ou en équipe, mais trouve décevant de ne pas obtenir une récompense à la hauteur de ses efforts. Plus il investit d'efforts, plus il veut une récompense à la hauteur, détestant les récompenses insignifiantes après de grands efforts. Il est prêt à consacrer beaucoup de temps pour gagner une bonne récompense, tant que cela en vaut la peine. En lien avec son goût pour l'accomplissement, émerge aussi un attrait pour les défis et la chasse aux succès. Il trouve gratifiant de terminer un travail demandant beaucoup d'investissement, bien que cela puisse aussi provoquer une légère amertume car il voudrait toujours plus. Les challenges l'enthousiasment et il a besoin de cette dose pour rester focalisé sur un jeu, car ils pimentent l'expérience et permettent d'accéder aux récompenses après s'être dépassé. Ainsi, les éléments de récompenses, de défis et de succès, de narration et de gameplay jouent un rôle essentiel dans son engagement et sa rétention. En dehors du système de codage, il est à noter qu'il apprécie les nouveautés dans les jeux, estimant qu'un changement est nécessaire pour éviter la monotonie. Cependant, il préfère que les nouveautés ne dénaturent pas le jeu et qu'elles restent dans le schéma d'origine. Il s'attend à des nouveautés au niveau du gameplay, de l'histoire et des personnages, mais sans trop de changements pour ne pas être déçu. Finalement, il précise qu'il ne considère pas que les jeux vidéo influencent sa vie quotidienne.

➤ Participant n°16 :

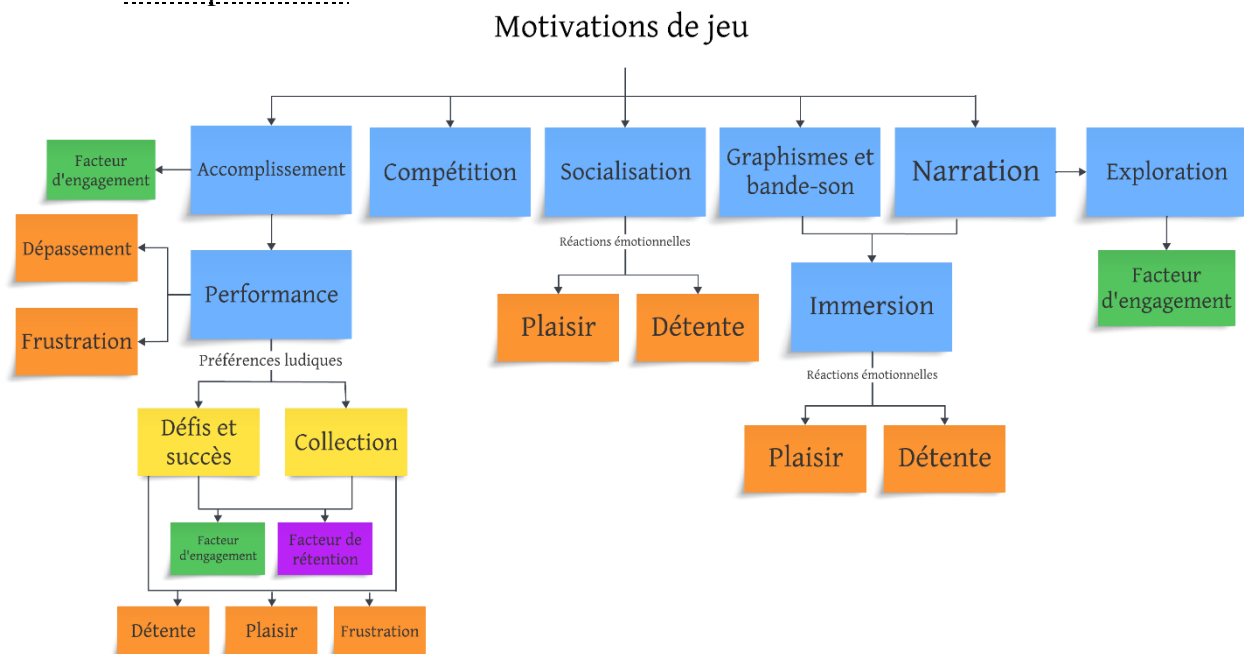


Figure 18 - Carte conceptuelle participant n°16

➤ Observations :

Les motivations principales du participant n°16 sont l'accomplissement, la compétition, la socialisation, les graphismes, les bandes-son et la narration. Ce qui le motive avant tout, c'est de se détendre et de s'amuser. C'est pourquoi il est attiré par les jeux open world et les RPG, qui offrent généralement une narration riche, des graphismes captivants et une bande-son immersive, lui permettant ainsi de s'immerger pleinement dans l'univers du jeu. Pour lui, jouer en ligne avec ses amis est aussi important que de jouer en solo, car cela lui garantit des moments de rigolade. La narration, surtout à travers le « lore » de l'univers du jeu, est l'aspect qui l'engage le plus sur le long terme. En dehors du simple gameplay, il est curieux d'en apprendre davantage sur l'histoire et le contexte du jeu. Il parcourt donc les forums et autres lieux de prédilection des communautés de joueurs pour découvrir des discussions et des théories sur le sujet. Cette quête de connaissance motive également son désir d'exploration, car il souhaite découvrir tous les aspects de cet univers pour en saisir toute la profondeur. Les défis et les challenges sont également des aspects qui l'engagent, ainsi que son attrait pour la performance en jeu et la collection d'objets virtuels. Même s'il joue principalement pour se détendre, il reconnaît que sa quête d'accomplissement et de performance influence son expérience de jeu, le poussant à toujours donner le meilleur de lui-même. De manière moindre, il confesse également son plaisir à accumuler des richesses et des objets virtuels, ce qui, selon lui, est lié à sa recherche de performance. Malgré son engagement à réaliser des performances élevées, il avoue ressentir un certain stress et de la frustration lorsqu'il relève des défis en jeu. Cependant, il considère cela nécessaire pour lui se concentrer et finalement, à éprouver la satisfaction de la réussite. Il trouve un réel apaisement dans la collection en jeu, s'investissant pleinement pour obtenir tous les éléments possibles. Cette quête de collecte le satisfait et le détend, mais il reste à l'abri de toute obsession et ne se laisse pas emporter par la frustration s'il échoue à obtenir un objet. En parallèle, son attrait pour la performance se traduit par le plaisir de relever des défis et de chasser les succès. Pour lui, la récompense ultime réside dans la preuve de ses réussites, que ce soit à travers l'obtention d'un trophée ou la réception d'une notification annonçant son succès. Il tire une grande satisfaction de ces accomplissements, éprouvant fierté et mérite pour ce qu'il a accompli. Ainsi, les éléments de narration, d'exploration, de défis et de succès et de collection jouent un rôle essentiel dans son engagement et sa rétention. En dehors du système de codage, il est à noter qu'il est plutôt réticent face aux nouveautés, préférant éviter les perturbations dans sa routine. Cependant, il est disposé à les essayer et à se faire sa propre opinion. Bien qu'il exprime souvent des réserves au début, il est ouvert à changer d'avis après avoir exploré les aspects positifs d'une innovation.

Enfin, il considère que les jeux vidéo influence sa vie quotidienne car cette passion va l'influencer dans ses choix de divertissement (Twitch et YouTube) et à consommer d'autres contenus dérivés tels que des BD, des mangas ou des séries inspirés de jeux.

➤ Participant n°17.:

Motivations de jeu

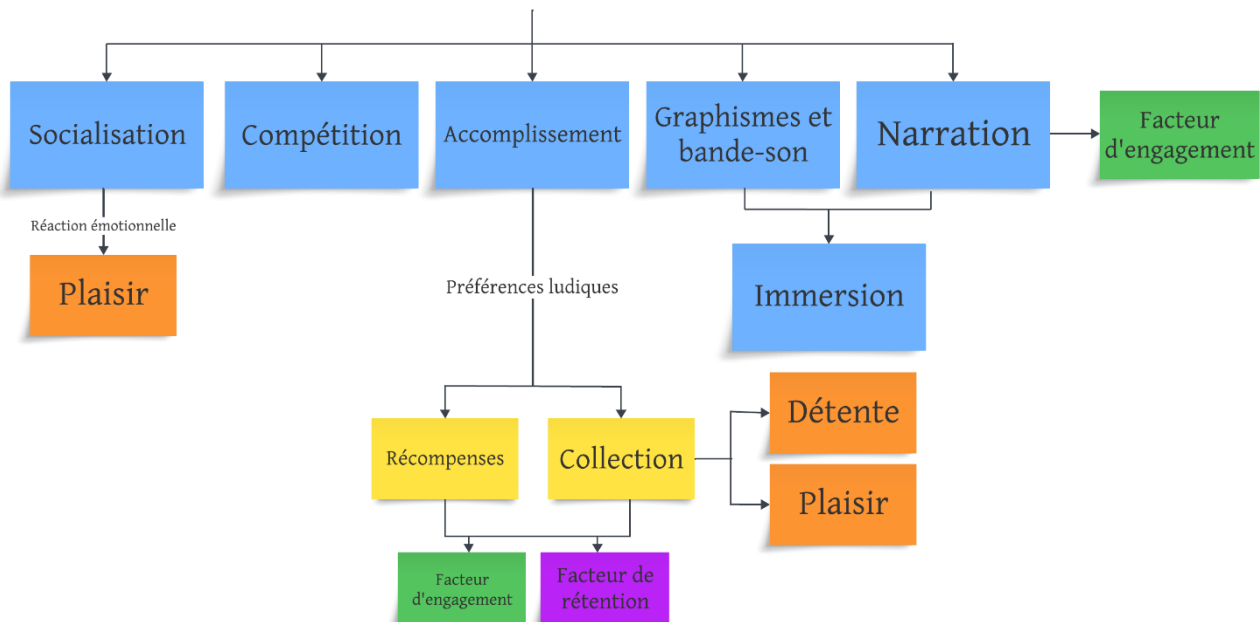


Figure 19 - Carte conceptuelle participant n°17

➤ Observations.:

Les motivations principales du participant n°17 sont l'accomplissement, la compétition, la socialisation, les graphismes, les bandes-son et la narration. Il est un joueur polyvalent qui adapte ses préférences en fonction du mode de jeu. En solo, il recherche l'immersion offerte par la narration, les graphismes et la musique, tandis qu'en multijoueur, il se concentre davantage sur la compétition, que ce soit pour affronter des amis ou des inconnus, ou simplement pour s'amuser et rire avec ses potes. Ses amis influencent parfois ses choix de jeux, même si un jeu ne l'intéresse pas, il peut l'acheter pour jouer avec eux. La narration est l'élément clé de son engagement à long terme. Il trouve que les scénarios des jeux actuels sont si bien écrits qu'ils sont comparables à un bon livre, offrant une immersion similaire. Il préfère suivre une bonne histoire en jouant plutôt qu'en lisant, trouvant le jeu plus ludique. Le visuel joue aussi un rôle crucial pour lui, car il est plus facile de s'attacher à un personnage en voyant ses émotions et interactions. En lien avec son attrait pour l'accomplissement, il apprécie d'être récompensé pour ses efforts. Il aime particulièrement les systèmes de récompense de type loterie, car il trouve que la notion de hasard est excitante.

Il est fan des jeux avec des systèmes de gacha et aime accumuler la monnaie du jeu pour tenter sa chance à la roulette. Par ailleurs, il trouve que la collection d'objets virtuels est relaxante et gratifiante, même si la collection est surtout une forme de performance pour lui, un défi qui le motive à se surpasser. Il apprécie le sentiment de richesse et de possibilité qu'offre la collection d'objets en jeu. Ainsi, les éléments de narration, de récompenses et de collection jouent un rôle essentiel dans son engagement et sa rétention. En dehors du système de codage, il est à noter qu'il est toujours enthousiaste vis-à-vis des nouveautés dans les jeux. Il estime que si les studios les proposent, c'est qu'elles valent la peine d'être testées. Enfin, il considère que les jeux vidéo influencent son quotidien socialement, en lui fournissant des sujets de discussion avec ses amis et en facilitant les nouvelles rencontres grâce à cet intérêt commun.

➤ Participant n°18.

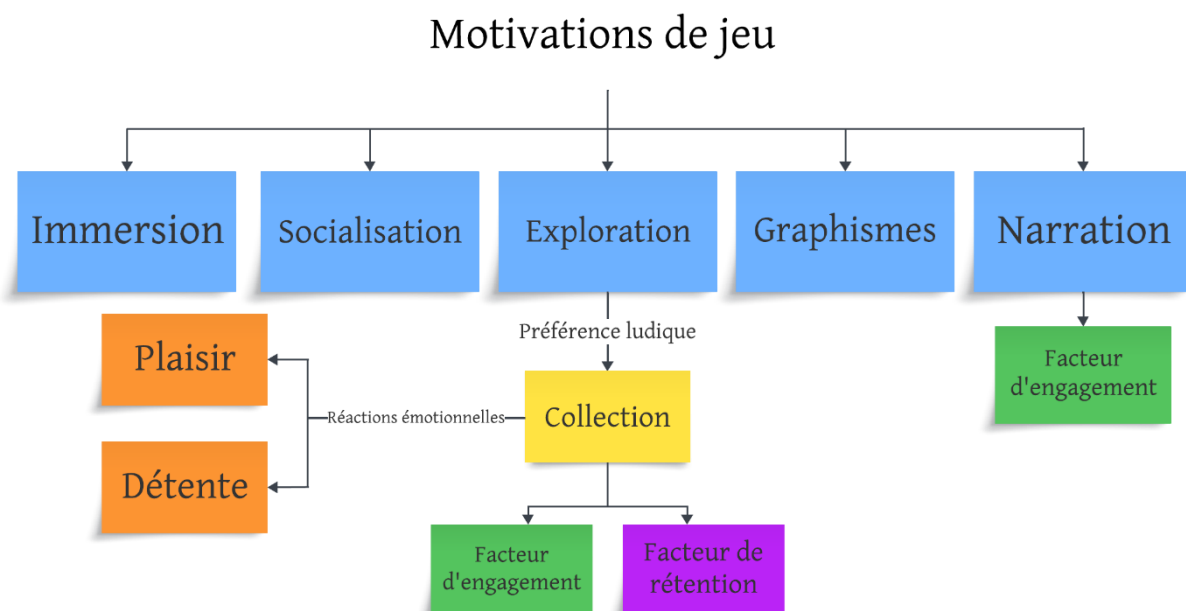


Figure 20 - Carte conceptuelle participant n°18

➤ Observations.

Les motivations principales du participant n°18 sont l'immersion, la socialisation, l'exploration, les graphismes et la narration. Il apprécie particulièrement jouer en sessions avec ses amis. Pour lui, ce qui rend une expérience de jeu captivante c'est la narration, si elle est bien construite. Il accorde une grande importance à un scénario profond avec un fil conducteur clair. Un bon jeu narratif peut même le pousser à acheter les autres jeux d'une licence. Étant étudiant en graphisme, il considère la charte graphique comme l'élément le plus engageant sur le long terme. Il estime que l'attention portée aux détails est ce qui distingue les bons jeux des autres.

Même si la narration n'est pas extraordinaire, un jeu magnifique visuellement peut le retenir. Il apprécie l'exploration car cela lui permet de ne rien manquer des éléments (objets, lieux, personnages) prévus dans le jeu. S'il manque quelque chose, il recommencera le jeu jusqu'à tout trouver. Cet attrait pour l'exploration se combine à un intérêt pour la collection d'objets virtuels. La collection, bien que n'étant pas sa motivation principale, est une bonne source de plaisir et de relaxation pour lui, car elle demande peu de réflexion. Il pense que la collection fait partie intégrante d'une bonne expérience de jeu et que sans cela, il manquerait quelque chose au jeu. Il est prêt à jouer le temps nécessaire pour obtenir tout ce qui est possible de collecter. Ainsi, les éléments de narration et de collection jouent un rôle essentiel dans son engagement et sa rétention. En dehors du système de codage, il est à noter qu'il apprécie les nouveautés introduites dans les jeux, surtout si elles ajoutent du contenu à l'histoire originale, ce qui le rend très heureux. Enfin, les jeux vidéo n'ont pas un gros impact sur sa vie quotidienne, mais il estime qu'ils l'ont aidé à développer un esprit de réflexion et de stratégie, car ils ont été une grande passion à une époque de sa vie.

➤ Participant n°19 :

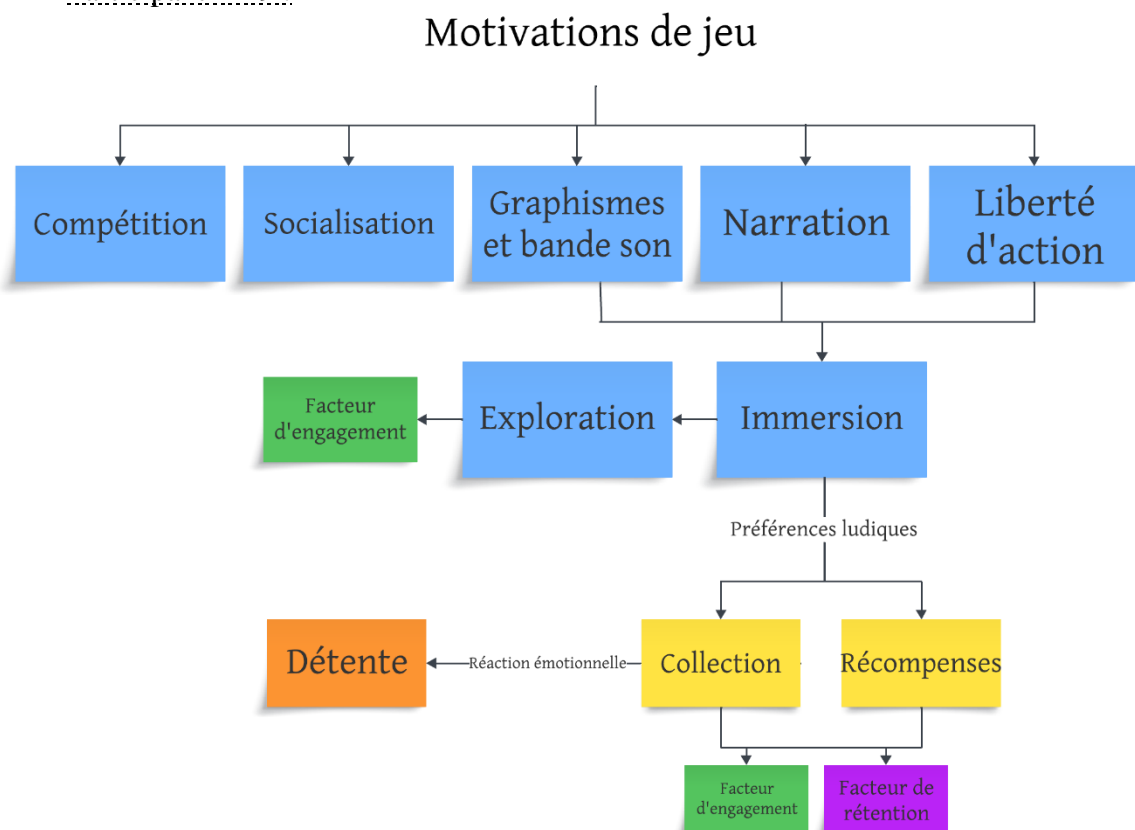


Figure 21 - Carte conceptuelle participant n°19

➤ Observations :

Les motivations principales du participant n°19 sont la socialisation, la compétition, les graphismes, les bandes-son et la narration. Ses motivations varient en fonction de la période : il alterne entre des jeux plus sociaux pour passer du temps avec ses amis et des jeux en solo, avec une préférence pour les RPG/fantasy. Ce qu'il apprécie le plus, c'est de se retrouver dans un autre univers, lui permettant de s'évader et de s'immerger grâce à de beaux graphismes, une belle bande-son et une bonne narration. Il aime particulièrement les jeux où il y a des choix à faire, car cela crée une implication qui renforce son immersion. Il aime aussi les jeux vidéo compétitif lorsqu'il joue avec ses amis, car il trouve qu'affronter d'autres joueurs est très excitant et cela crée une ambiance dynamique, surtout avec la possibilité de communiquer en temps réel. Il apprécie moins les jeux de compétition sans communication. Il admet que ses amis peuvent influencer son choix de jeux, même s'il n'aime pas particulièrement le jeu en question. L'élément qui l'engage le plus sur le long terme est la collection. Bien qu'il soit conscient que c'est un « piège » marketing, il adore participer aux événements et collectionner des objets dans les jeux, admettant que cela peut le rendre un peu addict. Il apprécie encore plus les jeux qui combinent la collection avec l'exploration, car cela l'oblige à découvrir de nouveaux horizons et empêche son ennui. Son attrait pour l'immersion est renforcé par son intérêt pour les récompenses en jeu. Il est particulièrement motivé par les quêtes annexes et les objectifs qui aident à compléter l'histoire et à obtenir toutes les récompenses possibles. Il aime être récompensé pour ses efforts, ce qui le pousse à se surpasser. Ainsi, les éléments d'exploration, de récompense et de collection jouent un rôle essentiel dans son engagement et sa rétention. En dehors du système de codage, il est à noter qu'il réagit différemment en fonction des nouveautés introduites en jeu. Il les apprécie tant qu'elles ne ruinent pas la dynamique du jeu. Enfin, il considère que les jeux vidéo influencent sa vie quotidienne, premièrement dans son choix d'études. Par ailleurs, ayant subi des exclusions dans sa jeunesse, il explique que sa consommation de jeux vidéo lui a permis de garder un mental sain, de s'évader et de rêvasser même en dehors du temps de jeu. Cela a parfois influencé sa vie quotidienne de manière excessive, le rendant un peu trop addict aux jeux comme forme principale d'évasion. Cependant, il a depuis trouvé un équilibre entre les périodes de jeu intense et les périodes de sevrage pour maintenir une consommation saine.

➤ Participant n°20 :

Motivations de jeu

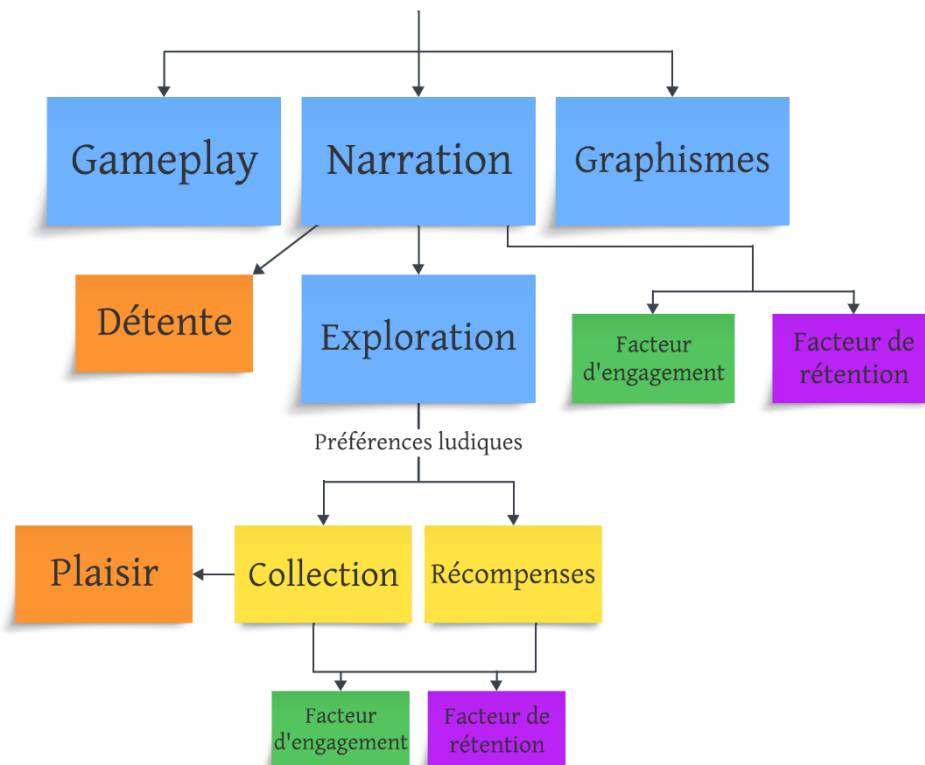


Figure 22 - Carte conceptuelle participant n°20

➤ Observations :

Les motivations principales du participant n°20 sont le gameplay, l'exploration, les graphismes, et la narration. Il joue principalement à des jeux narratifs, ce qui le pousse à découvrir l'histoire progressivement tout en lui permettant de se relaxer. En plus du scénario, les graphismes et la direction artistique du jeu vont captiver son attention, le gameplay a également son importance. Pour lui, le scénario et la beauté de l'univers du jeu sont des conditions sine qua non pour jouer et explorer à fond. En dehors du gameplay, c'est surtout la narration qui l'engage sur le long terme. La complexité et la longueur de la narration influencent son envie de continuer à jouer chaque jour. Son intérêt pour la narration le pousse à finir les jeux presque à 100%, explorant tous les recoins du jeu. Son attrait pour l'exploration conduit naturellement à un intérêt pour la collection et les récompenses de jeu. Terminer une collection est gratifiant pour lui car cela signifie qu'il a vraiment terminé un jeu et exploré tout ce qu'il avait à offrir. Bien que la collection soit plus un plaisir qu'une motivation principale, elle peut parfois le motiver s'il est proche de finir un jeu à 100%.

Quant aux récompenses de jeu, il les voit plus comme un plaisir que comme une motivation principale. En visant à finir les jeux à 100%, il sait qu'il obtiendra toutes les récompenses, enrichissant sa collection. Ce qu'il apprécie, c'est que chaque fin de quête ou objectif lui apporte quelque chose, rendant sa progression agréable et motivante. Ainsi, les éléments de narration, de récompense et de collection jouent un rôle essentiel dans son engagement et sa rétention. En dehors du système de codage, il est à noter que sa réaction, vis-à-vis des nouveautés de jeu, dépend de leur nature. Cependant, il est généralement ouvert aux nouveautés, trouvant réjouissant l'ajout de contenu qui étoffe l'histoire ou ajoute de nouveaux éléments à collectionner. Enfin, il considère que les jeux vidéo influencent sa vie quotidienne, car il aime se renseigner dans les communautés de jeu via les réseaux sociaux, pour voir les avis des autres joueurs et découvrir des fan-arts et fanfictions. Cela fait partie de la "bulle confortable" que le jeu crée pour lui, même lorsqu'il ne joue pas, car il continue de rêvasser dans cet univers. Les jeux vidéo influencent aussi ses études en bande dessinée. Bien qu'il n'ait pas dessiné d'œuvres parlant de jeux vidéo, son expérience de jeu inspire la création de scénarios qu'il intègre dans certaines de ses œuvres.

B) Synthèse des résultats

1) Données quantitatives – Questionnaires

Caractéristiques socio-démographiques :

Tous les participants se considèrent en tant qu'amateurs de jeux vidéo. La majorité, soit 90%, sont âgés de 18 à 26 ans. Les répondants sont majoritairement des hommes (55%), avec une présence notable de femmes (35%) et de personnes préférant ne pas préciser leur genre (10%). La majorité des participants sont des étudiants et on remarque, géographiquement, qu'il y a une forte concentration de participants dans le Hainaut (40%) et à Bruxelles (35%).

Habitudes de jeu :

Près de la moitié des participants (45%) jouent quotidiennement, ce qui indique une forte implication dans la consommation de jeux vidéo. La majorité des joueurs consacrent entre 1 et 20 heures par semaine aux jeux vidéo, avec un noyau dur (15%) jouant plus de 30 heures, par ailleurs, leurs genres de jeux préférés incluent principalement les jeux de rôle, d'aventure et de tir, révélant une préférence pour des expériences immersives et variées. Les participants jouent principalement sur PC et consoles de salon, mais les consoles portables et les smartphones sont également populaires.

La majorité des participants (70%) préfèrent jouer en solo, bien que le multijoueur local et en ligne soit aussi apprécié. La moitié des répondants sont membres de communautés de jeux en ligne, ce qui peut indiquer une certaine sociabilité dans leurs habitudes de jeu.

Motivations de jeu :

Les principales motivations sont le divertissement et le loisir, la réduction de l'ennui, et la relaxation, avec des motivations significatives pour l'évacuation du stress et l'accomplissement de défis. Une légère majorité joue pour s'isoler (55%), tandis qu'une part significative (45%) utilise les jeux vidéo pour socialiser. Les éléments les plus attractifs en jeu sont une narration captivante, des graphismes et audios immersifs, et un gameplay stimulant, soulignant l'importance de l'immersion et de l'engagement. La majorité des participants (65%) préfère la compétition, bien que la collaboration reste une préférence significative pour un tiers des joueurs. L'aspect compétitif ou coopératif exerce une forte influence sur l'expérience de jeu pour la majorité des participants, avec des notes qui vont majoritairement entre 7 et 9. Les récompenses et les défis influencent, aussi, fortement l'expérience de jeu pour une majorité de participants, avec des notes principalement entre 8 et 9.

2) Données quantitatives – Tests de connaissances

Familiarité avec le domaine des jeux vidéo :

En ce qui concerne les connaissances générales, aucun participant n'a obtenu un score inférieur à 10 points, ce qui démontre une bonne compréhension globale du domaine des jeux vidéo et une cohérence dans la maîtrise des concepts abordés. La grande majorité des participants, soit 80 %, ont obtenu des scores élevés, allant de 13 à 15 points, ce qui atteste d'une excellente connaissance et d'une solide maîtrise des concepts du test. Ces résultats reflètent un niveau élevé de familiarité et d'expertise dans le domaine des jeux vidéo parmi les participants.

3) Données qualitatives – Entretiens

Les résultats des entretiens fournissent un éclairage précieux sur les différentes facettes de l'expérience de jeu. Cette synthèse vise à résumer les points clés issus des discussions avec les participants, en mettant en lumière les aspects les plus pertinents de leurs témoignages. L'analyse de ces données vise à dégager les tendances générales et des insights qui en ressortent afin de comprendre en profondeur comment les surcouches de gamification contribuent à façonner l'expérience de jeu moderne. Voici les points qui ressortent le plus de l'analyse des retranscriptions :

Motivations principales de jeu :

Les participants de l'enquête ont exprimé des motivations variées et certaines tendances se dégagent de leurs propos. Ils montrent un fort attrait pour la narration captivante et immersive, les graphismes de haute qualité, et la possibilité de socialiser en ligne avec des amis, qui constituent des motivations clés dans leurs expériences de jeu. En outre, les participants recherchent l'accomplissement personnel à travers la compétition ou la collection d'objets, et apprécient la liberté d'explorer les univers de jeu. La compétition pousse certains à améliorer leurs performances. Les réactions émotionnelles des participants indiquent que ces aspects font des jeux vidéo une source de détente, d'évasion et de développement personnel.

Narration, immersion et esthétique de jeu :

L'immersion et la narration se révèlent être des thèmes récurrents dans les entretiens de l'enquête. Les participants expriment leur désir de plonger dans des histoires captivantes et des univers de jeu richement détaillés, cherchant ainsi à s'évader de la routine quotidienne. Les graphismes réalistes et les bandes-son immersives viennent renforcer cette expérience, rendant l'environnement virtuel plus vivant et attrayant pour les joueurs, ce qui contribue à maintenir leur intérêt. En somme, la combinaison d'une narration approfondie, de graphismes de qualité et de bandes-son captivantes constitue des éléments essentiels qui offrent aux joueurs un sentiment d'immersion puissant. Tout cela joue un rôle crucial dans leur engagement et leur fidélité au jeu.

Socialisation en jeu :

Pour de nombreux participants, jouer avec des amis est une motivation essentielle. Ils trouvent du plaisir à partager des expériences de jeu et à socialiser en ligne. Cette dynamique de jeu en groupe favorise un sentiment de camaraderie et renforce les liens sociaux au sein de la communauté de joueurs. En parallèle, les interactions avec les communautés de joueurs constituent un autre aspect important de l'expérience de jeu. Que ce soit à travers des forums dédiés, des streams ou des plateformes de médias sociaux, les joueurs peuvent échanger, partager des conseils, discuter des dernières nouveautés et même créer du contenu ensemble. Ces interactions non seulement enrichissent leur expérience de jeu en offrant un espace pour partager leurs passions et leurs expériences, mais elles augmentent également leur engagement en les connectant avec une communauté partageant les mêmes intérêts et en favorisant un sentiment d'appartenance.

Accomplissements en jeu :

L'accomplissement est au cœur des motivations et des plaisirs des joueurs dans les jeux vidéo. Ces derniers sont attirés par les défis, appréciant la satisfaction de surmonter des obstacles et de se fixer des objectifs. Cette quête d'accomplissement se manifeste de diverses manières. La compétition est une source majeure de motivation, où les joueurs cherchent à améliorer leurs performances et à obtenir des récompenses qui valident leurs efforts. Les systèmes de récompenses et les défis sont donc essentiels pour maintenir leur engagement. De même, la réussite des défis techniques et des missions difficiles constitue une source de grande satisfaction et de motivation pour les joueurs. Parallèlement, la réussite des défis techniques et des missions difficiles procure une grande satisfaction, tout comme la collection d'objets virtuels et la réalisation de succès dans le jeu. Ces éléments sont fondamentaux pour l'expérience de jeu, renforçant l'engagement et la passion des joueurs. En somme, la recherche d'accomplissement à travers la compétition, la réussite des défis et la collection d'objets virtuels stimule l'engagement et la passion des joueurs pour les jeux vidéo.

Exploration :

L'exploration constitue un élément essentiel de l'expérience de jeu pour de nombreux participants. D'une part, la découverte des mondes virtuels est une activité à la fois relaxante et satisfaisante. Les joueurs apprécient d'explorer tous les aspects du jeu, que ce soit en accomplissant des quêtes secondaires ou en partant à la chasse aux objets cachés. Cette exploration leur permet d'apprécier pleinement l'univers du jeu et de s'immerger dans des aventures captivantes. D'autre part, la collection d'objets virtuels liés à l'exploration joue un rôle important dans la satisfaction des joueurs. La recherche et la collecte de ces objets contribuent à leur plaisir de jeu et les incitent à continuer à jouer pour compléter leur collection. Cette dimension de collection ajoute une dimension supplémentaire à l'exploration, offrant aux joueurs un objectif concret à atteindre et une motivation continue pour explorer chaque recoin du monde virtuel. En résumé, l'exploration dans les jeux vidéo est une activité appréciée pour sa capacité à procurer détente et satisfaction aux joueurs. La découverte des mondes virtuels et la collection d'objets cachés enrichissent l'expérience de jeu et contribuent à maintenir l'engagement des joueurs à long terme.

Influence des mises à jour et nouveautés :

Les participants partagent des avis mitigés sur les mises à jour et autres nouveautés intégrées aux jeux. En général, ils accueillent favorablement les ajouts qui enrichissent l'expérience de jeu sans altérer son essence originale. Cependant, certains peuvent ressentir de la frustration face à des changements majeurs qui modifient significativement leurs jeux préférés.

Impact des jeux vidéo sur la vie quotidienne :

Les jeux vidéo ont un impact significativement positif sur la vie quotidienne des participants. Ils enrichissent leurs interactions sociales, non seulement au sein de leurs cercles d'amis, mais aussi en les incitant à s'engager activement dans des communautés de jeu où ils échangent avec d'autres fans et consomment des contenus médiatiques liés aux jeux. De plus, les jeux vidéo influencent leurs loisirs et contribuent à façonner leur personnalité en leur enseignant des valeurs telles que la persévérance. Ils sont également une source de détente et d'évasion.

Conclusion :

Les entretiens révèlent les motivations et les plaisirs des joueurs dans l'univers des jeux vidéo. D'une part, l'immersion dans des mondes virtuels est particulièrement appréciée, notamment grâce à une narration captivante, des graphismes de qualité et une bande-son immersive, qui sont des éléments clés pour de nombreux participants. D'autre part, le jeu en groupe et les interactions au sein des communautés de joueurs sont également essentiels, renforçant les liens sociaux et stimulant leur engagement. Parallèlement, la recherche d'accomplissement à travers la compétition, la réussite des défis et la collection d'objets virtuels motive les joueurs, stimulant leur engagement et leur passion pour les jeux vidéo. Enfin, l'exploration des mondes virtuels est une activité appréciée pour sa capacité à procurer détente et satisfaction aux joueurs. La découverte de nouveaux univers et la collecte d'objets cachés enrichissent leur expérience de jeu, les incitant à prolonger leur engagement. Malgré des opinions partagées sur les mises à jour et autres nouveautés intégrées aux jeux, si la plupart des participants accueillent favorablement les ajouts qui enrichissent l'expérience de jeu, certains peuvent être frustrés par des changements majeurs qui modifient significativement leurs jeux préférés. En résumé, les jeux vidéo ont un impact significatif et positif sur la vie quotidienne des participants. Ils enrichissent leurs interactions sociales, contribuent à façonner leur personnalité et fournissent une source de détente et d'évasion. Ces constats soulignent l'importance des jeux vidéo dans la vie des joueurs et mettent en lumière les divers aspects de leur expérience ludique.

4) Comparaison des données quantitatives et qualitatives

L'analyse de ces données permet de mettre en évidence les convergences et divergences entre les perceptions et motivations des participants. Cette synthèse compare ces deux types de données, en identifiant les corrélations, ainsi que les éléments convergents et divergents.

Points de convergence :

Les résultats, qu'ils soient quantitatifs ou qualitatifs, démontrent une corrélation significative entre une narration immersive et l'engagement des joueurs. La qualité des graphismes et des récits est souvent évoquée comme étant cruciale pour créer cette immersion recherchée. Par ailleurs, la socialisation émerge comme une motivation majeure, soutenue par les deux types de données. Les jeux multijoueur sont particulièrement prisés pour les occasions de socialisation qu'ils offrent, renforçant ainsi les liens sociaux entre les joueurs. Jouer avec des amis et l'interaction avec les communautés sont des motivations importantes, soutenues par les habitudes de jeu en ligne. De plus, les systèmes de récompenses, les défis ainsi que les objectifs personnels sont régulièrement évoqués comme des éléments clés pour maintenir l'engagement des joueurs. Cette observation est appuyée par les données quantitatives sur les motivations principales des joueurs, soulignant ainsi l'importance de la gratification et de l'accomplissement dans l'expérience de jeu.

Points de divergence :

Les réactions aux mises à jour des jeux révèlent des divergences significatives. Alors que les données quantitatives peuvent suggérer une acceptation générale de ces mises à jour, les données qualitatives apportent une perspective plus nuancée. En effet, certains joueurs apprécient les changements mineurs apportés par les mises à jour, mais restent sceptiques face aux modifications majeures. Par ailleurs, la familiarité et les connaissances approfondies dans le domaine des jeux vidéo ne garantissent pas nécessairement des motivations ou des comportements spécifiques, comme le révèlent les entretiens. En effet, un haut niveau de connaissance théorique peut ne pas toujours se traduire par une participation ou un engagement particulier dans le domaine des jeux. Concernant l'impact des jeux sur la vie quotidienne des participants, leur reconnaissance de cette influence varie en ampleur. Certains aspects peuvent être plus personnels et contextuels, reflétant ainsi une diversité d'expériences et de perceptions parmi les joueurs. Les données qualitatives explorent également cet impact, en mettant en avant des aspects tels que l'influence des jeux sur les compétences personnelles et les relations sociales, qui ne sont pas toujours pleinement reflétés dans les données quantitatives.

V) Conclusion

A) Discussions des résultats

Pour rappel, cette étude explore l'influence des surcouches de gamification sur l'engagement et la rétention des joueurs de jeux vidéo. Pour ce faire, une méthodologie en trois phases a été adoptée : un questionnaire, un test de connaissances sur les jeux vidéo et des entretiens directifs. Les résultats fournissent des informations précieuses sur les motivations et les comportements des joueurs de jeux vidéo en lien avec les surcouches de gamification. En combinant les données quantitatives issues des questionnaires préliminaires et les données qualitatives des entretiens directifs, plusieurs tendances et corrélations émergent.

Motivations de jeu et gamification :

Les motivations des joueurs varient, allant du simple divertissement à la recherche de compétition et d'interaction sociale. Selon la théorie des usages et gratifications, les joueurs recourent aux jeux vidéo pour satisfaire des besoins cognitifs (connaissance), affectifs (plaisir), et sociaux (interaction). Les données qualitatives et quantitatives indiquent une diversité de gratifications recherchées par les joueurs, soulignant ainsi l'importance de concevoir des jeux capables de répondre à ces différents besoins. Les principales motivations pour jouer aux jeux vidéo ont été identifiées, notamment le divertissement (80%), la réduction de l'ennui (60%) et la relaxation (60%). Ces motivations correspondent aux éléments de la gamification tels que les récompenses et les défis, largement reconnus pour influencer l'expérience de jeu. Les scores attribués sur une échelle de 1 à 10 révèlent une prédominance de scores élevés (8 et 9), soulignant ainsi l'importance accordée à ces éléments par les joueurs.

L'influence des récompenses et des défis :

Les participants ont largement attribué des notes élevées (8 et 9) à l'importance des récompenses et des défis, soulignant ainsi leur rôle crucial dans l'engagement des joueurs. Les entretiens ont révélé que les récompenses sont perçues non seulement comme des gratifications, mais aussi comme des incitations à progresser dans le jeu, ce qui renforce l'intérêt et l'engagement des joueurs. Par exemple, le participant n°20 a mentionné que les récompenses de jeu sont plus un plaisir qu'une motivation principale, mais qu'elles contribuent de manière significative à son engagement global. Les systèmes de récompenses et de défis sont donc des éléments essentiels pour maintenir l'engagement des joueurs, ces derniers étant motivés par la recherche d'accomplissement, souvent symbolisée par la collecte d'objets virtuels et la réussite de succès dans le jeu.

Cette constatation est en accord avec la théorie des usages et gratifications, qui met en évidence la recherche par les joueurs de gratifications spécifiques telles que le plaisir et l'accomplissement personnel.

Collaboration vs compétition :

La préférence pour la compétition (65%) plutôt que la collaboration (35%) révèle une tendance en faveur des dynamiques de jeu compétitives parmi les joueurs interrogés. Cependant, une part non négligeable de joueurs accorde de l'importance à la collaboration, suggérant ainsi que les éléments de gamification peuvent être adaptés pour répondre aux besoins des deux types de joueurs. L'aspect compétitif ou coopératif de l'expérience de jeu est également perçu comme exerçant une influence significative sur l'expérience globale, avec des scores majoritairement élevés (de 7 à 9).

L'immersion et l'expérience utilisateur :

La théorie du flow, qui suggère que les joueurs sont le plus engagés lorsqu'ils sont totalement immergés dans une activité avec des objectifs clairs et un retour d'information immédiat, souligne l'importance de l'immersion dans l'expérience de jeu. Les données des entretiens corroborent cette idée, montrant que les joueurs apprécient les jeux offrant une expérience immersive avec des défis adaptés à leurs compétences, ce qui est essentiel pour atteindre l'état de flow. Par ailleurs, la théorie de l'expérience utilisateur met l'accent sur des aspects tels que l'accessibilité, la facilité d'utilisation et les émotions positives pour créer des expériences satisfaisantes. Les résultats indiquent que les joueurs préfèrent les jeux dotés d'interfaces intuitives et de systèmes de récompenses équitables, car cela renforce leur engagement et leur rétention dans le jeu. Ainsi, la combinaison d'une immersion profonde et d'une expérience utilisateur de qualité contribue à créer des expériences de jeu enrichissantes et engageantes pour les joueurs.

B) Limites de la recherche

Dans cette section, plusieurs contraintes pratiques, théoriques et méthodologiques ont été identifiées. L'élaboration de la recherche peut amener à questionner l'ensemble de la démarche pour identifier des points d'amélioration en vue d'une nouvelle itération de l'enquête. Ces limitations, bien qu'elles aient été prises en compte dans la conception de l'étude, soulignent les défis inhérents à la recherche sur la gamification et les motivations des joueurs

Premièrement, trois contraintes pratiques peuvent être déterminées. L'une des principales contraintes pratiques de cette recherche réside dans la limitation géographique de l'échantillon de participants. Étant donné que les personnes recrutées proviennent toutes du même pays, les résultats ne peuvent être généralisés à une population mondiale de joueurs ce qui introduit un biais culturel et/ou régional qui risque d'influencer significativement les motivations et les comportements des participants. De plus, afin d'améliorer la précision des résultats et réduire la marge d'erreur, la sélection d'un plus grand échantillon peut être intéressante. Avec 20 participants pour cette recherche, viser environ 385 participants serait idéal. Cependant, il est également important de considérer les ressources disponibles, le temps et la faisabilité de recruter un si grand nombre de participants. Enfin, une autre contrainte pratique est l'évolution rapide des préférences et motivations des individus. Avec l'introduction constante de nouveaux jeux et technologies, les motivations des joueurs peuvent changer rapidement. Ainsi, les données recueillies dans le cadre de cette recherche peuvent ne pas refléter les tendances futures, ce qui peut limiter la durée de validité des conclusions de cette étude. Étant donné l'évolution rapide des jeux vidéo et des technologies de gamification, il est essentiel d'actualiser régulièrement les recherches et de rester attentif aux nouvelles tendances pour maintenir la pertinence des résultats. En effet, ce qui motive les joueurs aujourd'hui peut être différent de ce qui les motivera demain.

En ce qui concerne le cadre théorique de la recherche, il est possible que les théories utilisées pour encadrer cette étude sur la gamification et les motivations des joueurs peuvent ne pas couvrir tous les aspects des comportements des joueurs. Cela peut limiter la compréhension complète des motivations des joueurs et nécessiter l'intégration de perspectives théoriques supplémentaires pour fournir une image plus holistique.

Au niveau des contraintes méthodologiques, il est important de noter que les outils de collecte de données tels que les questionnaires et les entretiens peuvent ne pas capturer entièrement la complexité des motivations des joueurs.

Les réponses des participants peuvent être influencées par la formulation des questions, et les questionnaires peuvent manquer de nuances nécessaires pour comprendre les motivations profondes des joueurs. Dans le cadre de ma recherche, j'ai sélectionné certains mécanismes de gamification populaires pour les intégrer à la conception de ma méthodologie. Cependant, lors de mes interviews, les participants ont mentionné d'autres mécanismes, principalement l'aspect d'exploration, que je n'avais pas intégrés à ma méthodologie. Bien que j'aie été ouvert à l'analyse d'autres mécanismes, la sélection de mécanismes supplémentaires aurait été plus judicieuse et m'aurait possiblement permis d'obtenir plus d'informations concernant leurs motivations de jeu si des questions spécifiques avaient été préparées. Néanmoins, étant donné la multitude de mécanismes de gamification, j'ai dû faire un choix. Bien qu'il aurait pu être plus complet, j'estime qu'il a été approprié pour aider à répondre à ma question de recherche.

C) Conclusion générale

Ce mémoire a été conçu à partir d'un questionnement : examiner le lien entre la psychologie des joueurs, les mécanismes de motivation et les dynamiques complexes de jeu qui entourent l'expérience vidéoludique et la gamification. Les jeux vidéo ont évolué de simples divertissements à des univers interactifs complexes. Au cœur de cette évolution, la gamification est apparue comme une approche novatrice visant à stimuler l'engagement et à prolonger l'intérêt pour les jeux. Toutefois, derrière ces éléments, des questions sur leurs interrelations émergent.

En développant un cadre d'enquête complet, basé sur les théories de la psychologie comportementale et une revue approfondie de la littérature scientifique portant sur la relation systémique entre la gamification et les jeux vidéo, j'ai cherché à répondre à la question de recherche principale : « Quel est l'influence des surcouches de gamification sur l'engagement et la rétention des joueurs de jeux vidéo ? ».

Pour recueillir ces données, j'ai opté pour une méthodologie mixte combinant des données quantitatives provenant de questionnaires et des données qualitatives issues d'entretiens directs. Cette approche m'a permis d'obtenir des perspectives précieuses sur les motivations et les comportements des joueurs. L'enquête s'est déroulée en trois phases distinctes. Tout d'abord, un questionnaire préliminaire a été distribué aux participants pour collecter des données quantitatives sur leurs caractéristiques socio-démographiques, leurs habitudes de jeu et leurs motivations. Ensuite, un test de connaissances évaluant leur niveau de compétence en jeux vidéo leur a été administré.

Enfin, des entretiens directifs ont été menés pour déterminer les motivations des participants et analyser l'impact des jeux sur eux, en se concentrant sur des aspects tels que la satisfaction des joueurs, leurs préférences de jeu, les impacts émotionnels des nouveautés dans un jeu, et d'autres facteurs influençant leurs expériences de jeu.

Les résultats de cette étude mettent en évidence les principales motivations des joueurs, telles que le divertissement, la réduction de l'ennui et la relaxation. Ces motivations sont fortement influencées par des éléments de gamification tels que les récompenses et les défis, qui jouent un rôle crucial dans l'engagement des joueurs. Par ailleurs, certains résultats confirment des théories établies, comme la théorie du flow, qui postule que les joueurs sont le plus engagés lorsqu'ils sont totalement immergés dans une activité avec des objectifs clairs et un retour d'information immédiat. Les joueurs apprécient les jeux qui leur offrent des défis adaptés à leurs compétences, élément crucial pour atteindre cet état de flow. En outre, la dimension sociale des jeux vidéo est identifiée comme une motivation significative. Les jeux multijoueur et les interactions au sein des communautés de joueurs renforcent les liens sociaux et favorisent l'engagement des joueurs. Jouer avec des amis et interagir avec des communautés en ligne enrichissent l'expérience de jeu, suscitant un sentiment de camaraderie et d'appartenance. L'étude met également en lumière l'importance de la quête d'accomplissement à travers la compétition, la réussite des défis et la collection d'objets virtuels pour maintenir l'engagement des joueurs. Cette observation est soutenue par la théorie des usages et gratifications, qui met en avant le fait que les joueurs recherchent des gratifications spécifiques telles que le plaisir et l'accomplissement personnel. Enfin, l'exploration des mondes virtuels est appréciée pour sa capacité à offrir détente et satisfaction. La découverte de nouveaux univers et la collecte d'objets cachés enrichissent l'expérience de jeu, encourageant ainsi les joueurs à prolonger leur exploration et leur engagement.

En ce qui concerne les préférences de jeu, la plupart des participants montrent une préférence pour les dynamiques compétitives, bien que certains valorisent également la collaboration. Cette dualité suggère que les éléments de gamification doivent être variés afin de satisfaire à la fois les joueurs compétitifs et ceux qui préfèrent des expériences collaboratives. Cependant, des avis divergents ont été exprimés concernant les mises à jour et les nouveautés ajoutées aux jeux. Alors que la majorité des participants accueillent favorablement les ajouts qui améliorent l'expérience de jeu, certains peuvent être frustrés par des changements majeurs qui modifient significativement leurs jeux préférés.

Néanmoins, cette étude comporte plusieurs limitations. La taille de l'échantillon, restreinte à 20 participants, limite la généralisation des résultats. De plus, bien que les outils de collecte de données soient pertinents, ils pourraient ne pas saisir toute la complexité des motivations des joueurs. Les préférences et motivations des joueurs évoluent rapidement avec l'introduction de nouveaux jeux et technologies, ce qui peut affecter la pertinence des conclusions à long terme.

Pour les recherches futures, il serait bénéfique d'inclure un échantillon plus large et diversifié afin de renforcer la validité des résultats. L'exploration de nouveaux mécanismes de gamification non couverts dans cette étude pourrait également offrir des perspectives supplémentaires sur les motivations des joueurs. Il serait également pertinent d'examiner l'impact des jeux vidéo sur différents aspects de la vie des joueurs, en intégrant des perspectives théoriques supplémentaires pour une compréhension plus holistique.

En conclusion, cette étude met en lumière l'importance des mécanismes de gamification dans l'engagement et la fidélisation des joueurs de jeux vidéo. De plus, les jeux vidéo ont un impact significatif et positif sur la vie quotidienne des participants, enrichissant leurs interactions sociales, influençant leur personnalité et fournissant une source de détente et d'évasion. Les résultats de cette recherche soulignent ainsi l'importance des jeux vidéo dans la vie des joueurs et mettent en évidence les multiples aspects de leur expérience de jeu. Les éléments de gamification, tels que les récompenses et les défis, jouent un rôle crucial en alignant les motivations des joueurs avec les objectifs des jeux, ce qui contribue à une expérience de jeu immersive et satisfaisante.

VI) Bibliographie

- Academy, D. L. (2015, septembre 8). Concevoir pour motiver – La psychologie derrière la gamification. La Digital Learning Academy. <https://digital-learning-academy.com/concevoir-pour-motiver-la-psychologie-derriere-la-gamification/>
- Billon, J. (2023, octobre 20). Les joueurs de jeux vidéo en France : Âge, profils, jeux préférés. BDM. <https://www.blogdumoderateur.com/etude-joueurs-jeux-video-france-2023/>
- Bonenfant, M. (2023). L'extension du jeu : La ludification. In S. Genvo & T. Philippette (Éds.), Introduction aux théories des jeux vidéo (p. 75-84). Presses universitaires de Liège. <https://doi.org/10.4000/books.pulg.26189>
- Bonenfant, M., & Genvo, S. (2014). Une approche située et critique du concept de gamification. Sciences du jeu, 2, Article 2. <https://doi.org/10.4000/sdj.286>
- Brangier, É., & Fointiat, V. (2019). Travail, humains et technologies : Nouveau territoire de l'influence sociale. Le Journal des psychologues, 367(5), 43-48. <https://doi.org/10.3917/jdp.367.0043>
- Brassier, P., & Ralet, P. (2021). La gamification pour apprendre : Perceptions des acteurs et pistes de développement: @GRH, N° 39(2), 29-60. <https://doi.org/10.3917/grh.212.0029>
- Chabot, P.-L. (2013). De l'immersion à l'engagement, la perspective des concepteurs de jeux vidéo sur l'expérience de jeu. <https://papyrus.bib.umontreal.ca/xmlui/handle/1866/8953>
- Clément. (2021, juin 30). Gamification et UX Design. La grande Ourse. <https://lagrandeourse.design/blog/ux-design/gamification-en-ux-design-interets-et-avantages/>
- cmim_fr. (2020, juin 19). Gamification : Qu'est-ce que la gamification ? cmim. <https://www.cmim.fr/gamification/>
- Delmas, A. (2019, décembre 20). La gamification, ou l'art d'intégrer les jeux vidéo dans notre quotidien. LinkedIn. <https://fr.linkedin.com/pulse/la-gamification-ou-lart-dint%C3%A9grer-les-jeux-vid%C3%A9o-dans-delmas>
- D'Henry, B. (s. d.). Utiliser la psychologie de la gamification pour développer les ventes en ligne. Consulté 26 février 2024, à l'adresse <https://blog.sensefuel.com/utiliser-la-psychologie-de-la-gamification-pour-developper-les-ventes-en-ligne>

- Dorval, M. (2021, mai 12). Théorie de l'Attachement—Grands Principes et Résumé. Doctonat. <https://doctonat.com/theorie-attachement/>
- Drimify. (s. d.). Gamification : Définition & Guide 2024. Drimify. Consulté 2 juin 2024, à l'adresse <https://drimify.com/fr/gamification/>
- Éthier, M.-A., Lefrançois, D., & Déry, C. (2022). Utilisation d'Assassin's Creed Origins en classe d'histoire, rétention de connaissances déclaratives et intérêt des élèves pour l'Égypte antique. *Revue de recherches en littératie médiatique multimodale*, 15. <https://doi.org/10.7202/1091402ar>
- Fabienne. (2021, mars 17). La gamification, son histoire, son passé et son avenir. blob-enjeu.fr. <https://www.blob-enjeu.fr/gamification-applications-cas-d-ecoles/lhistoire-de-la-gamification-et-son-futur/>
- FasterCapital. (s. d.). Niveau d'implication des consommateurs Comprendre l'implication des consommateurs un guide complet. FasterCapital. Consulté 1 juin 2024, à l'adresse <https://fastercapital.com/fr/contenu/Niveau-d-implication-des-consommateurs-Comprendre-l-implication-des-consommateurs---un-guide-complet.html>
- Gamification. (2024). In Wikipedia. <https://en.wikipedia.org/w/index.php?title=Gamification&oldid=1226472816#Applications>
- Goldbeter-Merinfeld, É. (2005). Théorie de l'attachement et approche systémique. *Cahiers critiques de thérapie familiale et de pratiques de réseaux*, 35(2), 13-28. <https://doi.org/10.3917/ctf.035.0013>
- Greelane. (2019, juillet 31). Le test de la guimauve : La gratification différée chez les enfants. Le test de la guimauve : la gratification différée chez les enfants. <https://www.greelane.com/fr/science-technologie-mathematiques/sciences-sociales/the-marshmallow-test-4707284>
- Hamdi-Kidar, L., & Maubisson, L. (2012). Les chemins d'accès à l'expérience de flow : Le cas des jeux vidéo. *Management & Avenir*, 58(8), 120-143. <https://doi.org/10.3917/mav.058.0120>
- HODENT, C. (2016, mars 4). Psychologie cognitive appliquée à l'expérience utilisateur dans les jeux vidéo. Celia Hodent. <https://celiahodent.com/fr/psychologie-cognitive-appliquee-a-lexperience-utilisateur-dans-les-jeux-video/>

Jacquet, S. (s. d.). Des théories au système global de la motivation (ou vers un véritable système de la motivation)—Centre de Ressources en Économie-Gestion. Consulté 26 février 2024, à l'adresse <https://creg.ac-versailles.fr/des-theories-au-systeme-global-de-la-motivation-ou-vers-un-veritable-systeme-de>

Kachan, D. (2021, février 8). Gamification in UX Design : Designing Fun Experiences for Serious Situations. UX Magazine. <https://uxmag.com/articles/gamification-in-ux-design-designing-fun-experiences-for-serious-situations>

King, S. (2023). Digital Character Creation for Video Games and Collectibles. CRC Press.

Kuntzmann, Q. (2022, septembre 17). TUXT #2 : Cerveau et Gamification 🎮. Medium. <https://medium.com/@quentin.kuntzmann/tuxt-2-cerveau-et-gamification-7dbb1ff273d4>

Lachapelle, Y., Fontana-Lana, B., Petitpierre, G., Geurts, H., & Haelewyck, M.-C. (2022). Autodétermination : Historique, définitions et modèles conceptuels. *La nouvelle revue - Education et société inclusives*, 94(2), 25-42.

L'Aparté Digital (Réalisateur). (2017, janvier 19). Qu'est-ce que la gamification ? - L'Aparté Digital #01. https://www.youtube.com/watch?v=6mY_HnifBkA

LaRose, R. D. M. M. S. E. (2001). Understanding Internet Usage : A Social-Cognitive Approach to Uses and Gratifications. *Social Science Computer Review*, 395-413.

Lecomte, J. (2004). Les applications du sentiment d'efficacité personnelle. *Savoirs, Hors-série*(5), 59-90. <https://doi.org/10.3917/savo.hs01.0059>

Léger, P.-M., & Sénécal, S. (2015). Le défi de l'expérience utilisateur. *Gestion*, 40(2), 50-57. <https://doi.org/10.3917/riges.402.0050>

Legolas. (2022, mars 29). Les mécaniques efficaces des jeux vidéo pour booster la jouabilité — LegolasGamer. <https://legolasgamer.com/les-mecaniques-de-jeux-video-qui-boostent-la-jouabilite/>

Leroux, Y. (2012). Métapsychologie de l'immersion dans les jeux vidéo. *Adolescence*, T. 30 1(1), 107-118. <https://doi.org/10.3917/ado.079.0107>

Malt France (Réalisateur). (2022, mai 10). La gamification : Comment générer de l'engagement ? <https://www.youtube.com/watch?v=dWb2pWTHFuI>

- Marache-Francisco, C. (2014). Gamification des interactions humain-technologie : Représentation, conception et évaluation d'un guide pour la gamification des interfaces.
- Marczak, R., Hanna, P., & Hanna, C. (2017, octobre 23). Influence des mécanismes dissociés de ludifications sur l'apprentissage en support numérique de la lecture en classe primaire. arXiv.org. <https://arxiv.org/abs/1710.08302v1>
- Marczewski, A. (2017, février 28). 52 Mécaniques et éléments de gamification—Gamified UK - #Gamification Expert. <https://www.gamified.uk/user-types/gamification-mechanics-elements/>
- Mariane. (2023, mai 1). Théorie des usages et des gratifications en psychologie des médias ? Psychologie Sociale. <https://www.psychologie-sociale.com/theorie-des-usages-et-des-gratifications-en-psychologie-des-medias/>
- Meftah, I. (2022, septembre 22). Le modèle Octalysis et les leviers de la gamification. Neuroprofilier. <https://neuroprofilier.com/le-modele-octalysis-et-les-leviers-de-la-gamification/>
- Minotte, P., & Matot, J.-P. (2023). De la séduction numérique. *Revue Belge de Psychanalyse*, 82(1), 87-110. <https://doi.org/10.3917/rbp.082.0087>
- MODUL University Vienna, Treiblmaier, H., Putz, L.-M., University of Applied Sciences, Upper Austria, Lowry, P. B., & Virginia Tech. (2018). Research Commentary : Setting a Definition, Context, and Theory-Based Research Agenda for the Gamification of Non-Gaming Applications. *AIS Transactions on Human-Computer Interaction*, 129-163. <https://doi.org/10.17705/1thci.00107>
- Moradi, A. (2024, février 12). Les jeux vidéo et leur impact sur l'isolement et la socialisation—LumenVigil.com. <https://lumenvigil.com/articles/non-classifiee/les-jeux-video/>
- N'Djali Bintu, S. K., & Ngoma Ndotoni, J.-A. (2019). L'impact des mécaniques de gamification sur l'engagement : La sensation de Fun et/ou Enjoyment dans l'engagement du consommateur.
- Philippette, T., & Preat, C. (2023). Jeux vidéo et apprentissage(s). In S. Genvo (Éd.), *Introduction aux théories des jeux vidéo* (p. 381-393). Presses universitaires de Liège. <https://doi.org/10.4000/books.pulg.26419>
- Pokémon Go. (2024). In Wikipédia. https://fr.wikipedia.org/w/index.php?title=Pok%C3%A9mon_Go&oldid=214060398

Przybylski, A. K., Rigby, C. S., & Ryan, R. M. (2010). A Motivational Model of Video Game Engagement. *Review of General Psychology*, 14(2), 154-166.

<https://doi.org/10.1037/a0019440>

Rodríguez, E. M. (2019, mars 17). Qu'est-ce que le conditionnement opérant ? *Nos Pensées*.

<https://nospensees.fr/quest-ce-que-le-conditionnement-operant/>

Rondier, M. (2004). A. Bandura. Auto-efficacité. Le sentiment d'efficacité personnelle.

L'orientation scolaire et professionnelle, 33/3, Article 33/3. <https://doi.org/10.4000/osp.741>

Rousseau, B. (2016, novembre 23). La théorie des perspectives ou le choix orienté.

<https://www.andlil.com/theorie-des-perspectives-153648.html>

Sainte Anastasie. (s. d.). Le délai de gratification et la capacité de résister aux impulsions /

Psychologie. Psychologie, philosophie et réflexion sur la vie. Consulté 2 juin 2024, à l'adresse

<https://sainte-anastasie.org/articles/psicologa/la-demora-de-la-gratificacin-y-la-capacidad-de-resistir-impulsos.html>

Sandrone, S., & Carlson, C. (2021). Gamification and game-based education in neurology and neuroscience : Applications, challenges, and opportunities. *Brain Disorders*, 1, 100008.

<https://doi.org/10.1016/j.dscb.2021.100008>

Serge, R. (s. d.). Pokémon Go : Tout savoir sur le jeu phénomène en réalité augmentée.

Consulté 3 juin 2024, à l'adresse <https://www.realite-virtuelle.com/pokemon-go-tout-savoir/>

Soriano, D. (2016). Outils d'évaluation du design de l'avatar dans l'engagement du joueur

[Phdthesis, Conservatoire national des arts et metiers - CNAM]. <https://theses.hal.science/tel-01968065>

Taquet, P. (2016). Les motivations dans l'usage pathologique des jeux vidéo : Théories et thérapie. *Terminal. Technologie de l'information, culture & société*, 119, Article 119.

<https://doi.org/10.4000/terminal.1542>

Taquet, P., Romo, L., & Cottencin, O. (2017). Quand la question de l'argent dans le jeu vidéo influence la pratique clinique en addictologie. *Psychotropes*, 23(3-4), 57-74.

<https://doi.org/10.3917/psyt.233.0057>

The Decision Lab. (s. d.). Théorie des jeux. The Decision Lab. Consulté 2 juin 2024, à

l'adresse <https://thedecisionlab.com/fr/reference-guide/economics/game-theory>

Treiblmaier, H., Putz, L., & Lowry, P. B. (2018). Setting a Definition, Context, and Theory-Based Research Agenda for the Gamification of Non-Gaming Applications (SSRN Scholarly Paper 3202034). <https://papers.ssrn.com/abstract=3202034>

Zhang, L., Shao, Z., Benitez, J., & Zhang, R. (2023). How to improve user engagement and retention in mobile payment : A gamification affordance perspective. *Decision Support Systems*, 168, 113941. <https://doi.org/10.1016/j.dss.2023.113941>