

DU JE AU JEU

LE 2 SEPTEMBRE 2010 BENOIT RAPHAËL

Qui n'a jamais relevé un "cap' ou pas cap'" dans la cour d'école ? La dynamique du jeu coule dans nos veines et c'est un outil formidable pour créer l'évènement. Associée aux réseaux sociaux, elle pourrait bien révolutionner notre quotidien.

La génération en place aujourd'hui et surtout la génération qui vient ont été biberonnées aux jeux vidéo. Que vous soyez joueur ou pas, la culture de la consommation média issue du jeu-vidéo a conditionné les usages d'aujourd'hui. Elle bouleversera ceux de demain.

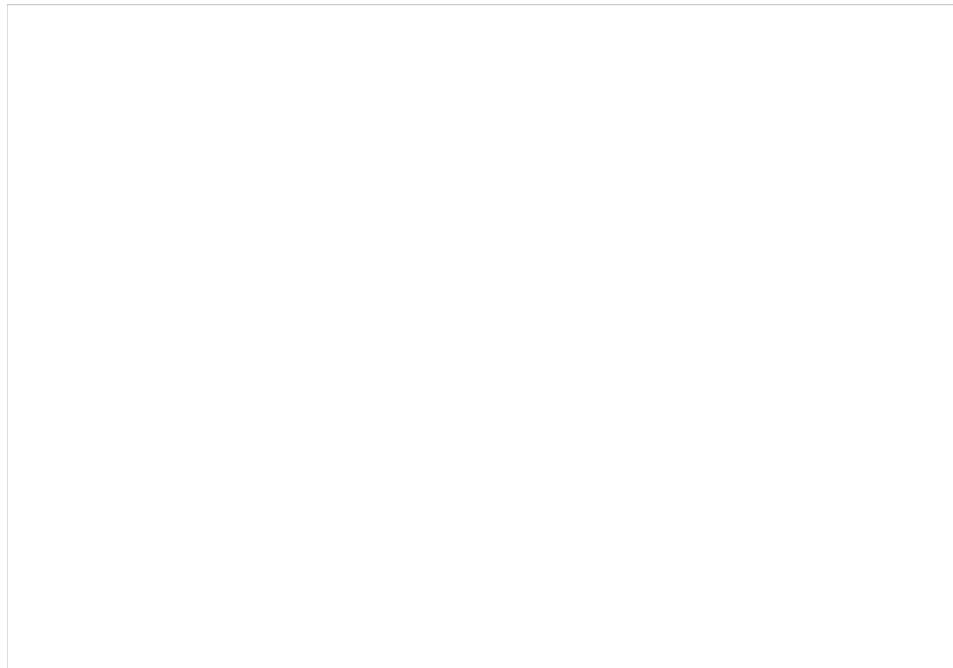
Google le sait: **l'essentiel de ses investissements se font aujourd'hui dans le social gaming** (des jeux-vidéo s'appuyant sur les médias sociaux).

Apple l'a compris: **ils vont lancer leur réseau de social gaming ce mercredi**. Il permettra aux possesseurs d'iPhone ou d'iPad de jouer ensemble sur les différentes applications tiers.

Farmville en profite: le jeu a plus d'utilisateurs actifs (80 millions) que Twitter.

Le social gaming est en train de devenir mass market. Surtout, il a atteint ce tipping point qui en fait un créateur de nouveaux usages.

Seth Priebastch l'analyse parfaitement: à regarder absolument, **son intervention de Seth Priebatsch, sur TED** (merci @jeffmignon pour le lien) : après le web 2.0, après les médias sociaux, voici venu le temps du "game network". Ce qui ne veut pas dire que tout le monde va jouer à des jeux, mais que les usages vont de plus en plus se développer à travers la dynamique du jeu. Et du jeu social.



La dynamique du jeu

La dynamique du jeu, c'est parvenir à pousser quelqu'un à faire quelque chose à un moment particulier. On crée des événements pour sortir du flux en stimulant "l'engagement" des utilisateurs. Elle est partout. Exemples servis par Seth Priebatsch :

- Aussi surprenant que cela puisse paraître, les "happy hours" dans les bars, relèvent de la dynamique du jeu. Vous venez à telle heure à tel endroit et gagnez des verres moins chers.

- Le système des clubs, comme celui d'American Express fait appel également aux mêmes logiques : on obtient des cartes de crédit de différentes couleurs selon son "expérience" ou plutôt son niveau d'activité ou social. Les cartes de couleur sont des "badges", un système de motivation que l'on retrouve dans des jeux comme **"Modern Warfare"**, et même dans Harry Potter (les points que l'on gagne pour sa "maison"), mais aussi avec Foursquare.

- **Foursquare** justement, qui est un service de géolocalisation, repose essentiellement sur le social gaming: vous gagnez des badges qui récompensent votre activité et vous

permettent d'avoir des bons de réduction. Et vous pouvez devenir "maire" d'un lieu en checkant régulièrement au même endroit, tout en partageant des astuces sur le lieu.

- **Farmville**, évidemment: le jeu vous contacte toutes les heures, toutes les 4 heures, tous les jours, sur votre iPhone pour récolter les carottes ou les haricots virtuels que vous avez planté. La dynamique ici est très puissante. "Elle change votre cycle de vie", note Seth. Elle change le rythme de vie de plus de 70 millions de personnes.

Effrayant, certes, mais cela peut aussi être utilisé pour des buts plus nobles. Comme prendre ses médicaments au bon moment ou participer à une oeuvre collective, pourquoi pas humanitaire, ou encore achever des tâches quotidiennes.



Jouer partout, de tout et avec tout

Une application que je viens de découvrir sur iPhone me fascine : **EpicWin** est un service qui s'appuie sur les mécaniques du jeu de rôle pour les missions banales et ennuyeuses de la vie: sortir les poubelles ? 50 points d'expérience. Faire la vaisselle ? 20 points etc. EpicWin transforme votre todo list en social game. La vie quotidienne devient une quête, où l'on peut challenger ses amis.

La dynamique du jeu est très puissante parce qu'elle est désormais massive, nous y sommes habitués, et elle nous pousse à "faire quelque chose". Elle permet aussi de créer des événements, des lignes de force qui sortent l'utilisateur ou un contenu du flot incessant des contenus et des services sur Internet.

Elle influence également la façon dont nous designons nos services pour pousser les utilisateurs à interagir. Car les utilisateurs sont de moins en moins passifs, et ils interagissent de plus en plus en réseau.

La dynamique du jeu va révolutionner la façon dont nous abordons l'éducation, le business, mais aussi la vie quotidienne et l'information.

Quelles applications pour les médias ? À vous de les imaginer. D'ici là, jouez aux social games, mais aussi aux jeux vidéo ! Essayez d'en comprendre les codes ou les logiques d'interaction, de navigation, et de motivation.

Ne vous y trompez pas, après Facebook, la mécanique du Social Gaming "is the new big thing".

Crédit photos cc Flickr **Bindaas Madhavi**, **Great Beyond**, **cambodia4kidsorg**.

—

Article initialement publié sur **La Social Newsroom**.

PRESENTATION SKILLS TRAINING

le 11 novembre 2011 - 1:19 • SIGNALER UN ABUS - PERMALINK



There are definitely lots of particulars like that to take into consideration. That may be a great point to deliver.

VOUS AIMEZ



VOUS N'AIMEZ PAS



LUI RÉPONDRE

1 ping

Pas de panique » Non classé » links for 2010-09-02 le 2 septembre 2010 - 22:50

[...] Du Je au jeu » Article » OWNI, Digital Journalism (tags: seriousgames) [...]