

Les vertus de la gamification en classe de langue étrangère

Zakarya MAHFOUD

Université Hassiba Benbouali de Chlef, Algérie

z.mahfoud@univ-chlef.dz

Fatine Merieme BELARBI

Université Saâd Dahleb – Blida 1, Algérie

fatinemerieme.belarbi@univ-blida.dz

Hanene Ahlem RAÏSSI

Université de Ghardaïa, Algérie

raissi.ahlemhanane@univ-ghardaia.dz

Reçu, le 29/07/2023 Accepté, le 04/09/2023 Publié, le 23/02/2024

Résumé :

Depuis les deux dernières décennies, l'usage de la gamification dans l'environnement éducatif s'accroît et gagne en popularité. Elle représente désormais un outil à la fois didactique et pédagogique permettant de résoudre certains problèmes liés à l'enseignement/apprentissage des langues. C'est pourquoi, nous tenterons de vulgariser la notion de gamification et ses vertus en classe de langue étrangère. Le présent article traite de la question de gamification au service de l'acquisition des compétences langagières dans l'apprentissage de la langue en exploitant la revue de littérature existante.

Mots clés : gamification - langue étrangère - apprentissage - compétences langagières

Abstract:

Over the past two decades, the use of gamification in the educational environment has grown and gained in popularity. It now represents a tool that is both didactic and pedagogical, making it possible to solve certain problems related to the teaching/learning of languages. This is why we will try to popularize the notion of gamification and its virtues in foreign language classes. This article deals with the question of gamification in the service of language skills acquisition in language learning by exploiting the review of existing literature.

Keywords: gamification - foreign languages - learning - language skills

Introduction

L'apprentissage d'une langue étrangère (LE) est considéré souvent comme un défi. Cependant il existe des approches didactiques voire pédagogiques innovantes pour le rendre plus engageant et motivant. La gamification en LE est l'une de ces approches qui utilise les mécanismes de jeu pour transformer l'apprentissage du français en une expérience interactive et ludique.

La gamification consiste à intégrer des éléments de jeu tels que des récompenses, des défis, des niveaux, des classements, et des activités interactives dans le processus d'apprentissage d'une langue étrangère. L'objectif principal est de stimuler la motivation des apprenants en les plongeant dans un environnement dynamique et divertissant. En utilisant des jeux et des activités interactives, les apprenants sont encouragés à participer activement, à explorer la langue française, à résoudre des problèmes linguistiques et à développer leurs compétences de manière amusante.

Cependant, il est important de noter que la gamification ne consiste pas seulement à ajouter des jeux pour le plaisir, mais à intégrer ces éléments de manière stratégique afin de soutenir les objectifs d'apprentissage et de favoriser l'acquisition de compétences linguistiques. Il est essentiel de trouver un équilibre entre le jeu et l'apprentissage, en veillant à ce que les activités de jeu soient pertinentes et adaptées au niveau linguistique des apprenants.

En résumé, la gamification en langue étrangère offre une approche innovante et motivante pour l'apprentissage de la langue française. En intégrant des éléments de jeu et des activités interactives, elle stimule la motivation, encourage l'engagement actif des apprenants et facilite le développement de compétences linguistiques de manière ludique. La gamification en LE ouvre de nouvelles possibilités pour rendre l'apprentissage du français plus

plaisant, interactif et efficace. Ainsi, nous nous interrogeons, dans ce travail, sur la place de la gamification dans l'enseignement apprentissage des LE, comment les jeux sont adaptés et exploités en classe de LE ?

1. Histoire de la gamification

Tout d'abord, on parlait de jeu depuis plus de 2000 ans. Selon Hérodote, les Lydiens, une civilisation indo-européenne de l'Antiquité, eurent recours au jeu dans le but de lutter contre la famine qui sévissait à l'époque du règne d'Atys, fils de Manès. Les Lydiens nouaient non par loisir, mais pour survivre à la terrible famine. L'idée reçue sur le jeu est souvent relative à cette activité de pur plaisir. Cependant, l'expérience lydienne nie cette idée et démontre bel et bien que le jeu peut passer de la vocation de plaisir et revêtir un sens supérieur. (Muletier & Lang, 2014, p. 13)

Il faut mentionner que l'ère de la gamification moderne remonte au début du siècle passé où la marque de pop-corn « American Cracker Jack »¹ avait introduit la gamification sous forme de récompense aux clients potentiels. Ainsi, l'histoire de la gamification remonte à plusieurs décennies. En effet, nous tenterons de présenter dans un ordre chronologique l'évolution de la gamification au fil du temps :

1.1. Années 1970-1980

Les premières traces de la gamification remontent aux années 70 et 80 du XX^e siècle, où des concepteurs de jeux ont commencé à appliquer des mécanismes de jeu à des domaines en dehors du divertissement. Par exemple, le jeu de société « The Oregon Trail » a été utilisé dans les écoles pour enseigner l'histoire de la conquête de l'Ouest américain. Nous citons également Richard Bartle² qui a imaginé un jeu de rôle textuel « Mud 1 » en 1979. Le jeu a été testé auprès des étudiants de l'université d'Essex (USA).

1.2. Années 1980-1990

Cette décennie a été marquée par le recours des compagnies aériennes aux mécaniques des jeux de divertissement pour récompenser les clients fidèles et augmenter ainsi leurs ventes. En effet, le mécanisme emprunté au jeu consistait en l'attribution des points aux voyageurs par les compagnies aériennes à chaque vol. En 1981, la compagnie aérienne « United Airlines » avait lancé son programme « AAdvantage ». Les voyageurs pouvaient échanger les points gagnés contre des vols gratuits ou d'autres prestations. Depuis, les compagnies aériennes ont développé leur programme de fidélité inspiré des principes de jeux.

1.3. Années 1990-2000

La fin du XX^e siècle a été marqué par l'avènement d'Internet et des technologies numériques, la gamification a commencé à se développer davantage. De plus, l'utilisation et la généralisation de la gamification dans plusieurs domaines doit beaucoup à l'essor des nouvelles technologies. L'émergence d'un web social et ouvert, lors du début du troisième millénaire, constituait un formidable potentiel pour le champ de la gamification.

Ce n'est qu'en 2002 que le terme et son concept de « gamification » auraient été inventés et utilisés pour la première fois. Par Nick Pelling. L'écrivain et programmeur de jeu britannique précise que :

So, at some point during late 2002, I put all these pieces together [in a buggy-whip 'core competency' kind of way] and began to wonder whether the kind of games user-interface I had been developing for so long could be used to turbo-charge all manner of transactions and activities on commercial electronic devices [...] Unsurprisingly, this was the point when I coined the deliberately ugly word "gamification", by which I meant applying game-like accelerated user

interface design to make electronic transactions both enjoyable and fast. (Pelling, 2011)

L'idée derrière cette invention est de se servir des principes de base des jeux pour contribuer au développement des appareils électroniques. Le programmeur de jeux voulait appliquer une conception d'interface utilisateur accélérée semblable à un jeu pour rendre les transactions électroniques à la fois agréables et rapides.

Et d'ajouter que « la vision particulière de la gamification que j'ai brièvement eu, en 2002, était simplement pensée une décennie trop tôt » Ce qui confirme que l'idée de la gamification existait bien avant le troisième millénaire avant qu'elle soit réellement concrétisée et sous la forme connue de nos jours.

Nick Pelling a contribué à la promotion et la vulgarisation de la notion de gamification à travers ses publications et la contribution de développement de jeux en ligne. Il est donc auteur de plusieurs ouvrages, considérés comme des références de base dans le domaine : « Game UX Design » et « Cheating : Gaining Advantage in Videogames ». Ainsi le concept prend une importance mondiale et devient un champ d'investigation.

1.4. Années 2010

La dernière décennie (2010-2020) a été le véritable point d'inflexion pour la gamification. En effet, Elle a connu un essor significatif. De plus, un nombre important des entreprises et sociétés ont été contraints d'opter pour ce concept dans leurs produits et services afin d'engager les clients et les utilisateurs. La gamification a également contribué à l'amélioration de leur expérience et renforcer leur fidélité. Depuis, les applications mobiles, les réseaux sociaux ont intégré des éléments de la gamification, dans leurs programmes de fidélité afin de récompenser les utilisateurs pour leurs actions.

1.5. Années 2020

La généralisation de la gamification doit beaucoup au confinement imposé par la pandémie de la Covid-19. Elle est désormais une pratique courante dans de nombreux domaines tels que l'éducation, la santé, le marketing, la formation professionnelle, le bien-être, la gestion des ressources humaines... Il faut mentionner que les avancées technologiques ont élégamment boosté l'évolution de la gamification. L'apparition de la réalité virtuelle, la réalité augmentée et l'intelligence artificielle ont donné naissance à des expériences de jeu plus immersives et personnalisées.

En somme, la gamification a évolué avec une vitesse vertigineuse et est passée d'une utilisation simple et limitée dans le domaine du divertissement à une approche stratégique et polyvalente utilisée dans de nombreux domaines. Son potentiel pour motiver les individus, stimuler leur engagement, les fidéliser et faciliter l'apprentissage a fait de l'intégration de la gamification une approche attrayante. La gamification a ainsi bouleversé la manière d'interactions des entreprises avec leur public et leurs utilisateurs. *Mais qu'est-ce que la gamification ?*

2. Qu'est-ce que la gamification ?

Compte tenu de sa complexité et sa nouveauté, La gamification est un concept qui a été défini de différentes manières par divers auteurs et experts. Nous citons quelques définitions :

Pour Kevin Werbach, Dan Hunter et Walter Dixon, la gamification ne signifie pas l'utilisation des jeux tels qu'ils sont dans un autre domaine autre que celui du divertissement mais plutôt, le fait de se servir des mécanismes de jeu dans des contextes non ludiques afin d'engager les utilisateurs dans des comportements préalablement souhaités. (Kevin, Hunter, & Dixon, 2012)

Quant à Jane McGonigal, (Reality is Broken. Why Games make us Better and How They can change the World?, 2011), la notion de gamification désigne:

La généralisation du jeu dans nos actes quotidiens, au sein d'une société qui se voudrait de plus en plus hédoniste, où les loisirs gagneraient de la place et où le jeu serait devenu une activité essentielle. (p. 321)

Ainsi, l'utilisation des mécanismes de jeu et de la pensée permettent de résoudre les problèmes quotidiens du monde réel et encouragent, par conséquent, l'engagement dans des tâches et des activités.

La gamification est considérée, selon Zichermann et al., (2011) comme l'utilisation de la mécanique du jeu et des éléments de jeu dans des environnements autres que les jeux pour engager les gens et résoudre des problèmes. Il en va de même pour la définition de Yu-kai (2019) qui converge avec la précédente. Il insiste sur l'intégration des éléments de jeu, tels que la mécanique, les dynamiques et les émotions du jeu, dans des situations de la vie réelle pour créer une expérience plus engageante et motivante.

Deterding, et al., (2014) rejoignent les auteurs précédents et affirment que la gamification est « l'usage d'éléments de game design dans des contextes non ludiques ». En effet, l'usage des éléments de jeu ne suppose pas l'extension des jeux à part entière. Par design, les auteurs désignent la conception du jeu plutôt que de technologies fondées sur les pratiques liées au jeu. Ainsi le jeu est détourné de sa propre vocation initiale qu'est le ludique pour servir dans des contextes différents et sur des médias divers.

La gamification qui tire son nom du mot « anglais » signifiant « jeu » a élu comme équivalent en langue française le terme « ludification » mais qui est peu utilisé. Il s'agit d'une approche pédagogique et marketing qui consiste à reprendre des éléments de jeu dans des contextes non ludiques pour susciter l'engagement, la motivation, la

fidélisation et l'apprentissage chez les individus. Cela implique que la gamification n'est pas l'utilisation des jeux tels qu'ils sont dans d'autres domaines et contextes. C'est plutôt la transposition des mécanismes de jeu tels que les défis, le classement, les badges, les points, les récompenses, etc., dans des contextes qui ne sont pas étroitement liés aux jeux.

La ludification, la gamification en anglais, « désigne l'élargissement du paradigme ludique à des domaines dont il est censé être habituellement exclu. » (Silva, 2013, p. 1). « Censé » exclu, car le sérieux, l'éducation, est souvent mis en opposition à ce qui est ludique et apporte du plaisir.

La gamification est désormais largement utilisée dans l'éducation. Des applications et des plateformes dont les principes sont inspirés de la gamification ont été développées dans l'unique but de rendre l'enseignement/apprentissage ludique et motivant. *Qu'en est-il pour la gamification en classe de langues ?*

3. La gamification en classe de langues

La gamification en classe de langues est une approche pédagogique transposant les éléments et mécaniques de jeu pour stimuler la motivation des apprenants et de rendre l'apprentissage plus interactif et ludique.

3.1. Qu'est-ce que la ludology ?

Les Game Studies, aussi connues sous le nom de Ludology, terme que Gonzalo Frasca³ a popularisé, et que l'on traduit en français par les Sciences du jeu, sont un champ d'études interdisciplinaire qui a débuté dans les années 1990.

3.2. La gamification en classe de LE

La gamification est omniprésente en classe de LE, depuis le début du troisième millénaire. En effet, le recours à cette stratégie dans l'enseignement/apprentissage des LE a pour

objectif de favoriser l'implication active des apprenants dans le processus d'apprentissage.

En classe de LE, l'enseignant peut faire appel à différents éléments de jeu tels que les récompenses, les badges, les niveaux, les classements, les défis, les quêtes, les jeux de rôle, des quiz interactifs et des activités compétitives. De plus, ces mécanismes propres à la gamification sont reprises et intégrées dans les cours, les activités et les évaluations. Cette intégration intervient donc tout au long du processus d'apprentissage et a pour but d'encourager les apprenants à participer de manière active, à s'impliquer dans leur processus d'apprentissage et à pratiquer régulièrement la langue.

4. Les éléments de la gamification en classe de langues

La conception d'un jeu éducatif en classe de langues en général et en classe de FLE en particulier tient compte des réactions émotionnelles et psychologiques de l'apprenant-joueur. Ces réactions permettent accroît l'engagement de l'apprenant avec le jeu. Hunicke et al. (2004) proposent une taxonomie non-exhaustive de huit réactions éléments qui créent de l'engagement (p. 2):

- **La sensation** : le jeu comme plaisir des sens.
- **La fantaisie** : le développement de l'imaginaire.
- **La narration** : le jeu comme un drame
- **Le challenge** : le jeu comme parcours d'obstacles
- **La collaboration / la compétition** : le jeu favorise la concurrence, la rivalité...
- **La découverte** : le jeu comme un environnement inexploité
- **L'expression et la découverte de soi-même** : le jeu comme moyen d'expression
- **La soumission** : le jeu comme passe-temps

Nous voyons clairement que chaque jeu met en exergue une ou plusieurs réactions, à des degrés divers. Il y a toujours une primauté d'une réaction sur d'autres et ce, en fonction des objectifs pédagogiques assignés lors de la conception de l'activité ludique.

5. Ludifier un cours en langue étrangère

Ludifier un cours signifie d'abord y intégrer la ramification. Silva (Le jeu comme outil pédagogique, 2009) préconise de « procéder par étapes dans la découverte de l'outil » et de choisir les activités courtes de crainte que les apprenants s'ennuient. En effet, les activités ludiques doivent être préparées en amont, selon les règles de la conception des activités pédagogiques. De plus, le choix des jeux tient compte des jeux préférés par les apprenants et adaptés à leurs âges. Silva (La « gamification » de la vie : sous couleur de jouer ?, 2013) mentionne qu'une activité bien gamifiée « – ou, mieux, ludicisée – ne saurait être affaire de sens attribué en amont : elle est surtout affaire de signification en tant que production en aval. » (La « gamification » de la vie : sous couleur de jouer ?, 2013, p. 8). Ainsi, selon l'auteur une activité pédagogique n'est qualifiée de ludique qu'après sa mise en œuvre car c'est la réception par les apprenants qui définit son caractère ludique.

5.1. Exemples d'activités de gamification en FLE

Il existe de nombreuses activités ludiques inspirées de la gamification qui peuvent être utilisées en classe de FLE. En effet, l'enseignant peut créer des jeux de rôle interactifs où les apprenants seront amenés à utiliser le français pour résoudre des problèmes ou des scénarii. Il est également possible d'organiser des défis linguistiques, des quiz, des compétitions de vocabulaire ou de grammaire, et récompenser les apprenants pour leurs progrès. Les mécaniques du jeu de Charades⁴ ou Pictionary⁵ servent

également d'enrichir le vocabulaire et améliorer l'expression orale chez les apprenants.

Par ailleurs, le jeu des mots croisés, les mots fléchés ou encore le scrabble constituent des activités ludiques ancienne mais qui sont très utilisées par les enseignants de FLE compte tenu de leur efficacité pour l'apprentissage de l'orthographe et le lexique. Les apprenants remplissent les grilles individuellement ou en équipes.

La projection des vidéos et de clips humoristiques d'expression française développe les compétences en compréhension orale tout en s'amusant, chez les apprenants.

La cuisine française est une piste qui peut être exploitée en classe de FLE. En effet, les apprenants sont appelés à préparer des plats français traditionnels en suivant des recettes en français. Cette piste didactique enrichit à la fois le lexique culinaire et la culture générale de l'apprenant.

Escape game linguistique ou le jeu d'évasion linguistique est très efficient en classe de FLE d'autant plus que les étudiants doivent résoudre des énigmes et des problèmes linguistiques pour sortir d'une situation imaginaire.

Les exemples mentionnés constituent une liste non exhaustive des exemples de gamifications les plus répandus dans le monde du FLE. Il existe par ailleurs des exemples plus récents notamment les jeux éducatifs numériques qui commencent à gagner du terrain, à l'ère de l'expansion technologique. L'utile est de varier les activités, de stimuler la créativité et de rendre l'apprentissage du FLE plus dynamique et plaisant. Le choix et la conception des activités ludiques doivent se faire en fonction du niveau et des intérêts apprenants.

6. La gamification et les NTICs

La propagation des nouvelles technologies de l'information et de la communication (NTICs) a révolutionné le domaine

de l'éducation. Avec l'éclosion des modes d'enseignement à distance, en ligne et hybride, un profond changement a été opéré sur le processus d'enseignement/apprentissage. Il convient de mentionner que les TICs « servent non seulement de supports pédagogiques mais aussi d'outils didactiques à la disposition des enseignants et de leurs apprenants. » (Mahfoud, 2022, p. 509). De plus, la propagation et la banalisation de la gamification doit beaucoup à l'expansion et à la généralisation des TICs. De même, la gamification est désormais véhiculée par les TICs.

7. Utilité de la gamification dans l'enseignement

Vu la popularité de la gamification, plusieurs recherches ont été menées dans le but de démontrer son efficacité dans l'enseignement. En effet, les conclusions de ces recherches affirment que la gamification est réellement profitable à l'apprentissage.

Robert T. Hays (2005), a établi un rapport pour le compte du Centre de guerre aéronavale - Division des systèmes de formation d'Orlando (Naval Air Warfare Center Training Systems Division d'Orlando), sur l'efficacité de la gamification pour l'enseignement. Il s'agit d'une revue de littérature des recherches empiriques mettant l'accent sur les jeux éducatifs. (2005, p. 5)

En se basant sur un total 105 recherches dont 48 articles empiriques, 31 articles théoriques et 25 articles de révision traitant de l'efficacité des jeux pédagogiques, Hays (The Effectiveness of Instructional Games : A Literature Review, 2005, p. 6) a tiré les conclusions suivantes :

- En dépit de l'efficacité de certains jeux pour l'apprentissage, il ne faut pas généraliser cette conclusion pour tous les jeux ou pour un autre public ;
- Les jeux ne sont pas la méthode d'instruction préférée dans toutes les situations d'apprentissage ;

- L'intégration des jeux dans les programmes d'enseignement doivent mettre en valeur le débriefing et le feedback, afin que les apprenants soient conscients des objectifs de l'activité dispensée ;
- Initier les apprenants à l'utilisation du jeu augmente son efficacité pédagogique et leur permet de se concentrer sur l'information pédagogique plutôt que les exigences du jeu ;
- L'activité ludique doit répondre à des objectifs pédagogiques (Hays, 2005, p. 53) (Traduit par les auteurs)
- Traci Sitzmann (2011) a, quant à elle, mené une étude similaire ayant pour objectif de « résumer statistiquement la littérature sur l'efficacité pédagogique des jeux... » (A meta-analytic examination of the instructional effectiveness of computer-based simulation games, p. 490)(traduction par les auteurs).
- Sitzmann a confirmé, lors de la révision des rapports et des données des stagiaires ayant participé aux jeux de simulation, que le potentiel d'améliorer l'apprentissage de connaissances et de compétences. De manière générale, la connaissance déclarative était 11% plus élevée pour les stagiaires, la connaissance procédurale 14%, la rétention 9% et l'efficacité 20%. (2011, p. 520) (Traduit par les auteurs) *Quels en sont les avantages ?*

7.1. Les intérêts pédagogiques de la gamification

Après que les recherches scientifiques aient prouvé que la gamification a apporté une plus-value à l'enseignement/apprentissage, nous tentons d'en énumérer les avantages que ce soit pour l'apprenant ou pour l'enseignant :

- **Motivation accrue** : la gamification stimule la motivation des apprenants et les récompenses les incitent à s'engager davantage dans leur apprentissage du français. En effet, la gamification encourage « la prise de parole et l'interaction » permettant ainsi « de dépasser les besoins

instrumentaux tels qu'ils sont souvent présentés, et qui peuvent se montrer assez peu motivants » (Helme, Jourdan, & Tortissier, 2014, p. 65)

- **Apprentissage interactif** : Les activités ludiques boostent l'interaction entre les apprenants, en classe, favorisant ainsi la communication dans la langue cible.
- **Apprentissage autonome** : grâce à la gamification, l'apprenant peut progresser selon son propre rythme en fonction des récompenses préalablement annoncées. L'apprenant qu'il soit conscient ou inconscient est « en permanence, acteur de son apprentissage, aussi bien en termes d'émission [production] que de réception (écoute, feedback). » (Helme, Jourdan, & Tortissier, 2014, p. 65)
- **Rétention des connaissances** : Les rappels fréquents des mots, expressions, informations dans les activités ludiques favorisent et facilitent l'emmagasinage et la rétention des connaissances.
- **Apprentissage ludique** : de par son caractère ludique, la gamification transpose l'apprentissage, en classe de FLE, en une expérience amusante et plaisante, chose qui réduit le stress dû à l'apprentissage d'une langue étrangère, augmentant ainsi la satisfaction globale des apprenants. Comme le souligne Michael Thomas (2012), cité par (Kotula, 2019)

[...] les jeux peuvent être motivants, réduire l'anxiété, concentrer les apprenants sur la communication dans la langue cible plutôt que sur l'utilisation de structures linguistiques correctes, offrir aux étudiants plus introvertis un plus grand éventail d'opportunités d'expression personnelle et créer une atmosphère informelle qui améliore la réceptivité de l'apprenant (Kotula, 2019, p. 26) [traduit par les auteurs]

- **Dé dramatisation de l'erreur** : « les activités ludiques exploitées à bon escient peuvent » en classe de langues contribuent, selon Silva (2009), à « dé dramatiser l'erreur. Ceci est dû au fait que pendant le jeu, les apprenants sont plus focalisés sur le contenu du jeu et la communication

- plutôt que sur des formes linguistiques correctes. (Kotula, 2019)
- **Le développement de compétences transversales :** Les activités ludiques en classe de FLE font appel à la mobilisation des compétences autres que les compétences linguistiques et communicative. En effet, les activités ludiques constituent « la situation la plus authentique d'utilisation de la langue dans la salle de classe » (Weiss, 1983, p. 7)
 - **La capacité à résoudre des problèmes :** cette capacité passe, dans le cadre de la gamification, « par l'essai et l'erreur, collectant de manière récursive des preuves qu'ils testent par l'expérimentation » (Granic, Lobel, & Engels, 2014, p. 66) (traduit par les auteurs)
 - La prise en compte des différences de vitesse d'apprentissage de ses élèves (Alvarez, Damien, & Rampnoux, 2017, pp. 46,47) ?
 - La gamification offre plus d'outils à l'enseignant pour aider, guider en intégrant le jeu à son enseignement, un professeur a plus d'outils pour aider, guider voire récompenser les apprenants. Ainsi, il pourra générer des feedbacks rapides et efficaces pour réguler l'apprentissage. (Lee & Hammer, 2011, p. 4)

Certains des avantages sus-cités sont communs à tous les modes d'enseignement (présentiel, distanciel, hybride...) mais d'autres sont propres à un seul mode. En dépit de tous ces bénéfices, la gamification présente des limites dont l'enseignant doit être conscient. *Mais existe-il des limites ?*

7.2. Limites de la gamification

Si la gamification présente des atouts, elle n'est pas le remède à tous les problèmes pédagogiques. C'est pourquoi, l'enseignant doit comprendre ces barrières avant d'intégrer la gamification en classe aussi bien pour le choix de l'activité que pour l'implémentation. Nous présentons ci-après quelques limites de la gamification :

- Elle n'est pas adaptable à toutes les situations d'enseignement et à tous les domaines ;
- Un élément de cours difficile à comprendre ne sera pas plus facilement assimilable via la gamification ;
- La pertinence des jeux choisis fait souvent défaut ; un jeu pédagogique doit être pertinent (Alvarez, Damien, & Rampnoux, 2017, pp. 49-50) ;
- Certaines activités ludiques sont plus complexes et risquent de ne pas répondre à l'objectif spécifique de la leçon et d'être trop difficile à mettre en place par l'enseignant ;
- Le coût de la gamification n'est souvent pas négligeable notamment quand il s'agit des jeux éducatifs numériques.

Pour ne pas conclure,

La gamification est désormais une composante essentielle de la didactique des langues étrangères voire un outil indispensable pour l'apprentissage. Le jeu n'est plus perçu comme infantilisant mais plutôt reconnu comme utile au développement cognitif. Cependant, il est judicieux de maintenir un équilibre entre l'activité ludique et l'apprentissage. Ainsi, le recours à la gamification permet de soutenir les objectifs d'apprentissage et facilite l'acquisition de compétences linguistiques. Par ailleurs, cet article qui se veut une revue de littérature sera suivi d'une autre étude empirique qui traitera de la place de la gamification et de son efficacité en classe de FLE.

Références bibliographiques

- Alvarez, J., Damien, D., & Rampnoux, O. (2017). Apprendre avec les serious games ? Poitiers: Réseau Canopé.
- Deterding, S., Dan, D., Rilla, K., & Lennart, N. (2014). Du game design au gamefulness : définir la gamification. *Sciences du jeu*(2), pp. 1-19. doi:<https://doi.org/10.4000/sdj.287>
- Granic, I., Lobel, A., & Engels, R. C. (2014). The benefits of playing video games. *American psychologist*, 69(1), p. 66. doi:<https://doi.org/10.1037/a0034857>

- Hays, R. T. (2005). *The Effectiveness of Instructional Games : A Literature Review*. Orlando: Naval Air Warfare Center Training Systems Division. Consulté le juillet 23, 2023, sur <https://apps.dtic.mil/sti/pdfs/ADA441935.pdf>
- Helme, L., Jourdan, R., & Tortissier, K. (2014). Le jeu en classe de FLE: intérêts et pratiques. *Rencontres Pédagogiques du Kansai* (pp. 64-68). Kansai - japan: Institut Français du Japon - Kansai. Consulté le juin 23, 2023, sur <https://www.institutfrancais.jp/kansai/files/2014/09/RPK-2014-Article.pdf>
- Hunicke, R. L., & Zubek, R. (2004). MDA: A formal approach to game design and game research. *Proceedings of the AAAI Workshop on Challenges in Game AI*, 4(1), pp. 17-22. Consulté le juillet 7, 2023, sur <https://users.cs.northwestern.edu/~hunicke/MDA.pdf>
- Kevin, W., Hunter, D., & Dixon, W. (2012). *For the win: How game thinking can revolutionize your business* (Vol. 1). Philadelphia: Wharton digital press.
- Kotula, K. (2019). Place et rôle des jeux numériques dans le développement des activités narratives dans une classe de FLE. *Studia Romanica Posnaniensia*, 46(2), pp. 25-43. doi:<https://doi.org/10.14746/strop.2019.462.002>
- Lee, J., & Hammer, J. (2011). Gamification in education: What, how, why bother? *Academic exchange quarterly*, 15(2), pp. 1-5. Consulté le juillet 22, 2023, sur https://www.researchgate.net/publication/258697764_Gamification_in_Education_What_How_Why_Bother
- Mahfoud, Z. (2022). Passage éclair du présentiel au distanciel en classe de langue à l'ère de la COVID-19. *Faslo El-Khitab*, 11(2), pp. 705-722. Consulté le juillet 11, 2023, sur <https://www.asjp.cerist.dz/en/downArticle/81/11/2/199931>
- McGonigal, J. (2011). *Reality is Broken. Why Games make us Better and How They can change the World?* Londres: Penguin Books.
- Muletier, C. B., & Lang, T. (2014). *La gamification: ou l'art d'utiliser les mécaniques du jeu dans votre business*. Paris : Éditions Eyrolles.
- Pelling, N. (2011, août 9). The (short) prehistory of “gamification”. Consulté le juin 22, 2023, sur <https://nanodome.wordpress.com/2011/08/09/the-short-prehistory-of-gamification/>

- Silva, H. (2009). Le jeu comme outil pédagogique. *Le français à l'université*, 14(1). Consulté le juillet 14, 2023, sur <http://www.bulletin.auf.org/index.php?id=872>
- Silva, H. (2013). La « gamification » de la vie : sous couleur de jouer ? *Sciences du jeu*(1), pp. 1-12. doi:<https://doi.org/10.4000/sdj.261>
- Sitzmann, T. (2011, mai 27). A meta-analytic examination of the instructional effectiveness of computer-based simulation games. *Personnel psychology*, 64(2), pp. 489-528. doi: <https://doi.org/10.1111/j.1744-6570.2011.01190.x>
- Thomas, M. (2012). Contextualizing Digital Game-Based Language Learning. Transformational Paradigm Shift or Business as Usual? Dans H. Reinders, *Digital Games in Language Learning and Teaching* (pp. 11-31). London: Palgrave Macmillan UK.
- Weiss, F. (1983). *Jeux et activités communicatives dans la classe de langue*. Paris: FeniXX.
- Yu-kai, C. (2019). *Actionable gamification: Beyond points, badges, and leaderboards*. Birmingham: Packt Publishing Ltd.
- Zichermann, G., & Cunningham, C. (2011). *Gamification by design: Implementing game mechanics in web and mobile apps*. Sebastopol, Californie, Farnham: O'Reilly Media.

Notes de fin

¹ **Cracker Jack** (en) est une friandise américaine faite de pop-corn et cacahuètes enrobés de caramel, elle existe depuis 1893.

² **Richard Allan Bartle** est un universitaire et écrivain anglais, né le 10 janvier 1960, surtout connu pour ses recherches sur les jeux vidéo.

³ Gonzalo Frasca est un concepteur de jeux et un chercheur universitaire spécialisé dans les jeux vidéo sérieux et politiques

⁴ Une charade est une devinette (=une énigme) où l'on doit retrouver les syllabes composant un mot, ces syllabes formant elles-mêmes des mots.

⁵ Pictionary est un jeu de société sorti pour la première fois en 1985 dont le but est de faire deviner un mot, une expression ou une idée à son partenaire dans un temps limité, à l'aide d'un dessin.

Pour citer cet article :

Mahfoud, Z ; Belarbi, F-M ; Raïssi, H-A (février, 2024). *Les vertus de la gamification en classe de langue étrangère*. *Pratiques & Didactique*, pp. 99-117. [En ligne], 2 (1), [Ajoutez le lien de l'article](#).