Symposium interaction - Édition Virtuelle 2021

GAM(BL)ING: Marchandisation du récréatif à l'ère du numérique

10 au 13 mai 2021

Liste des présentations

AOUN, Rania
Du « consom'acteur » au « consom'joueur » - Marques de luxe et jeux, une tendance du gam(bl)ing.....4

BRODY, Aymeric
La "gamblification" de la vie ou l'extension domaine des jeux d'argent, entre passion ordinaire et obsessive.....5

CATTIN, Natacha
Comment utiliser les jeux vidéo pour parler de jeux d'argent auprès des jeunes ?.....6

HOEBANX, Pauline
Le streaming des jeux de machines à sous: La sous-régulation des jeux d'argent liés au contenu Youtube généré par les utilisateurs 7

JOURDENAIS, Pierre-Olivier
Mort permanente, Edgework et capitalisme de plateforme 8

LAFORGE, Jean-Philippe
Les représentations sociales de la responsabilité dans les jeux de hasard et d'argent chez les jeunes adultes joueurs : se contrôler, ne pas devenir dépendant et avoir du plaisir. 9

LAVOIE, Christine
L'estime de soi chez les adolescents ayant une utilisation problématique d'Internet avec une préférence pour les jeux vidéo ou pour les réseaux sociaux : Données préliminaires 10

LELONEK-KULETA, Bernadeta
Utilisation des « lootboxes » à la lumière de la réglementation jurdique polonaise 11

LEMAY, Antoine
Le sport électronique au secondaire : qui sont les jeunes eSportifs ?.....12

MURCH, W. Spencer
Développement d'un système de détection pour les jeux problématiques en ligne au Québec 13

OTIS, Elijah
Observation de l'évolution du comportement en matière de paris sportifs pendant la pandémie de la COVID-19 14

RAHIM, Rifatur
Impact des jetons non fongibles (NFT) dans la marchandisation de l'industrie du jeu 15

RICHARD, Jeremie
Boîtes à butin dans les jeux vidéo : un examen exploratoire des caractéristiques sociodémographiques et psychologiques associées 16

STEINMETZ, Fred
Les effets réciproques des jeux Pay-to-Win et des jeux de hasard et d'argent : Résultats issus d'un échantillon représentatif 17

TESSIER, Samantha
Impact des campagnes publicitaires parmi les joueurs en ligne: les perceptions du rôle du soutien social 18

THORHAUGE, Anne Mette
Le rôle du skinbetting dans la transformation des skins en monnaie virtuelle.....19

Du « consom'acteur » au « consom'joueur » - Marques de luxe et jeux, une tendance du gam(bl)ing

AOUN, Rania[1,2]

[1] Université de York, Toronto, Canada ;
[2] Université de Québec à Montréal, Montréal, Canada

Courriel: aoun.rania@uqam.ca

Résumé:

Alors que la transformation de la « société de consommation » en une « société de participation » a donné naissance au profil du « consom'acteur » (Aubrun, 2013), dans le monde ludique, le « consom'acteur » s'est décliné en « consom'joueur ».

Dans un contexte de gamification (Deterding et al., 2011 ; Zichermann et Cunningham, 2011), plusieurs marques ont opté pour des stratégies ludiques joignant le jeu à la consommation. Et de plus en plus de marques de luxe reconnues comme élitistes se sont tournées vers l'univers du jeu en quête d'une génération geek plus présente sur les plateformes et applications de jeux que dans les espaces de commerce.

D'un côté, des jeux à l'effigie des marques de luxe ont été créés comme le jeu B Bounce (de la marque Burberry) et le jeu Endless Runner (de la marque Louis Vuitton). (Journal du luxe, 2019).

D'un autre côté, des marques de luxe ont investi l'univers du jeu par des partenariats avec des jeux gratuits comme le partenariat : Longchamp/Pokemon Go, Gucci/Tennis Clash, Givenchy Beauty/Animal Crossing. (Journal du luxe, 2020). Dans cette optique, les marques de luxe s'inscrivent dans une alternative de marchandisation des jeux partenaires. Ces partenariats nous invitent donc à nous interroger sur la façon dont ils contribuent aux stratégies de la commercialisation des jeux gratuits au sein d'une industrie lucrative.

Notre communication portera sur cette tendance du gam(bl)ing qui réunit des marques de luxe à un univers de jeux gratuits. Une réflexion sera exposée autour de la transformation des marques de luxe en un élément des stratégies de commercialization de ces jeux.

La "gamblification" de la vie ou l'extension domaine des jeux d'argent, entre passion ordinaire et obsessive

BRODY, Aymeric[1,2,3]

[1] Laboratoire de recherche d'EPITECH, Paris, France;
[2] EXPERICE, Université Paris, Paris, France;
[3] CASPER, Université Saint-Louis, Bruxelles, Belgique

Courriel: aymeric.brody@epitech.eu

Résumé:

Défini aujourd'hui comme le fait d'importer certains principes ludiques issus des jeux d'argent dans le cadre d'un dispositif ou d'une pratique de jeu sans argent, le concept de « gamblification » pourrait plus largement s'appliquer à l'ensemble des dispositifs sociotechniques (comme les jeux en ligne) ou des procédés industriels (comme la publicité) qui visent à rendre la pratique des jeux d'argent possible et accessible là où elle ne l'est pas encore. Ce sont les effets de ce processus d'extension du domaine des jeux d'argent que nous tenterons d'analyser dans le cadre d'une présentation centrée sur la façon dont il affecte plus ou moins directement la vie des joueurs, soit en les incitant à jouer, soit en les privant de la possibilité d'arrêter. En nous appuyant d'abord sur des données statistiques produites à l'échelle de la France et de la Belgique, nous observerons les effets concomitants du développement de l'offre de jeux d'argent (notamment en ligne) sur l'augmentation des dépenses qui leur sont consacrées et sur la massification/banalisation de leur pratique, celle-ci devenant alors une « passion ordinaire » pour une partie importante de la population mais pouvant également prendre la forme d'une « passion obsessive » chez certains joueurs parmi les plus vulnérables. Du côté de ceux qui vivent la pratique des jeux d'argent comme une passion ordinaire, nous nous pencherons en particulier sur le cas des joueurs amateurs de poker que nous avons rencontrés dans le cadre d'une enquête de terrain réalisée en France entre 2006 et 2011. En analysant les récits de vie que ces joueurs nous ont livrés, nous constaterons qu'ils peuvent tout à la fois accorder une place limitée à leur pratique du jeu – celle d'un loisir comme les autres – et s'y investir pleinement au point d'en faire une sorte de métaphore de leur vie quotidienne. Du côté de ceux pour qui cette pratique des jeux d'argent est vécue comme une passion obsessive, nous nous tournerons vers les membres d'un groupe de Joueurs Anonymes que nous avons suivis lors d'une autre enquête de terrain menée entre 2018 et 2019 en Belgique. À travers l'étude de leurs récits et de leurs échanges au sein du groupe, nous découvriront que ces derniers perçoivent cette extension du domaine des jeux d'argent comme une tentation permanente ayant pour conséquence un envahissement de la vie par le jeu face auquel ils sentent largement impuissants.

Comment utiliser les jeux vidéo pour parler de jeux d'argent auprès des jeunes ?

CHATELAIN, Isabella[1] et **CATTIN, Natacha[1]**

[1] Association Rien ne va plus**,** Genève, Suisse

Courriel: natacha.cattin@rnvp.ch

Résumé:

L'objectif de la présentation est de partager notre expérience dans le domaine de la prévention du jeu excessif.

Nous avons mis en place un atelier destiné aux jeunes entre 12 et 25 ans, dans lequel nous stimulons l'esprit critique des jeunes par rapport à leurs utilisations des écrans et spécifiquement des jeux vidéo. Cet atelier a comme objectif de parler du jeu vidéo, mais également des jeux de hasard et d'argent qui se cachent derrière ces jeux.

Concrètement, en 2020, nous avons utilisé cet atelier à 30 reprises, touchant plus de 200 jeunes. Le déroulement type est le suivant : au début, un temps de jeu est prévu avec les jeunes et les éducateurs puis une discussion ouverte a lieu. Les jeunes observent ainsi les jeux auxquels ils ont l'habitude de jouer sous un nouvel angle. À l'issue de cet atelier d'1h30, les participants peuvent faire plus de choix conscients sur l'utilisation qu'ils ont des jeux et arrêter de jouer plus rapidement.

En plus des mécanismes liés au temps passé derrière un écran, l'industrie met également en avant plusieurs outils conçus pour motiver les joueurs et joueuses à dépenser leur argent. Lors des différents ateliers qui ont été donnés cette année sur ce sujet, la discussion s'est systématiquement tournée vers les casinos en ligne ainsi que les paris sportifs. Les éducatrices et éducateurs, enseignant.e.s découvraient souvent la présence de joueurs, cette fois de jeux de hasard et d'argent, dont ils n'avaient pas conscience.

Cet atelier a montré l'importance de développer l'esprit critique des jeunes face aux industries, mais également le fait que même si un sujet est rarement abordé, tel que celui des jeux de hasard et d'argent, cela ne signifie pas que les jeunes ne sont pas touchés.

Le streaming des jeux de machines à sous: La sous-régulation des jeux d'argent liés au contenu Youtube généré par les utilisateurs

HOEBANX, Pauline[1] et Martin French[1]

[1] Université Concordia, Montréal, Canada

Courriel: pauline.hoebanx@mail.concordia.ca

Résumé:

Au Québec, on estime que la part de revenus la plus importante provient des joueurs problématiques et des dépenses sur les machines à sous (82,4%) et les appareils de loterie vidéo (76,3%). En effet, les machines à sous sont considérées comme la forme de jeu associée à un niveau de risque élevé de perte de contrôle et de méfaits. Cependant, il existe une forme de consommation de machines à sous qui semble échapper largement à l'attention des régulateurs et des chercheurs notamment le streaming de jeux de machines à sous sur YouTube. Dans cette présentation, nous discuterons les résultats de notre étude qualitative menée sur 21 vidéos de machines à sous. Notre analyserons la façon dont ces vidéos échappent à la réglementation de YouTube concernant le contenu généré par les utilisateurs (CGU) comportant les jeux d'argent. Bien que la société mère de YouTube, Google, réglemente strictement la publicité des jeux d'argent sur ses plates-formes, ces règles ne semblent pas s'appliquer aux CGU qui comportent du contenu de jeux d'argent. Il y a des chaînes entières dédiées aux joueurs qui se filment en train de jouer aux machines à sous dans des casinos tout en racontant leur « gameplay ». Ces vidéos sont souvent monétisées et ne sont pas soumises à une limite d'âge. À l'aide d'une analyse thématique, nous avons examiné les motivations pour créer et regarder des vidéos de machines à sous et avons exploré les aspects éducatifs de ces vidéos et la mésinformation possible qu'elle créent chez spectateurs par rapport aux probabilités de faire un gain. Nous avons également analysé les vidéos de machines à sous comme des moyens de divertissement dans l'environnement médiatique de YouTube en les comparant à un autre genre de « gameplay » narré: les démonstrations de jeu vidéo. Les deux types de vidéo transforment le jeu, une activité qui est habituellement définie comme improductive, en une occupation qui peut générer des revenus. Finalement, ce projet examine le potentiel des vidéos de machines à sous à promouvoir les activités de jeux d'argent auprès de leurs téléspectateurs et suggère que la production et la consommation des jeux CGU devraient être incluses dans les stratégies de jeu responsable.

Mort permanente, Edgework et capitalisme de plateforme

JOURDENAIS, Pierre-Olivier[1]

[1] Université Concordia, Montréal, Canada

Courriel: pojourdenais@gmail.com

Résumé:

Cette présentation examine comment les joueurs décrivent leurs expériences de jeu en mode mort permanente où la mort de leur personnage met effectivement fin à leur partie. Ces expériences sont théorisées sous l'angle conceptuel du « edgework » en notant certaines de ses limites ainsi que la façon dont il peut être adapté pour développer une compréhension du jeu de la mort permanente et amener une critique de la littérature qui porte sur l'expérience du joueur. Selon Stephen Lyng, le terme « edgework » concerne l'expérience volontaire de prise de risque comme forme de négociation des limites pour obtenir des récompenses émotionnelles, en assumant que le risque soit lié à la réalité physique ; le risque supposé dans le « edgework » a une réalité physique ou concernait l'existence matérielle d'un individu. Mais, à mesure que nos mondes évoluent davantage en ligne en raison de la pandémie de COVID-19, les frontières entre la réalité physique et la réalité virtuelle sont de plus en plus floues, ce qui fait que ce qui est défini comme dangereux ou risqué l'est également dans les deux univers. À travers une analyse de captures d'écran, de guides de stratégie et de messages sur le forum Reddit concernant certains thèmes trouvés dans le jeu vidéo de tactiques XCOM 2, je propose une critique du « edgework » provenant à la fois des théories macro sociologiques du risque et des perceptions psychologiques du risque répandues dans la littérature sur l'expérience des utilisateurs de jeux. Je suggère que ce qui est considéré et perçu comme risqué par le joueur est plutôt le sens associé à l'expérience de jeu plutôt que le type de risque que l'on retrouve dans le jeu. Toutefois, puisque les jeux sont conçus par les concepteurs de jeux et les chercheurs pour avoir permettre aux joueurs de leur donner un sens, cela soulève des questions concernant la ligne fine et ambiguë entre la création de jeux significatifs et des jeux addictifs. Cela questionne également si le « edgework » dans le contexte d'expériences de jeux vidéo intenses peut vraiment être considéré comme une prise de risque volontaire, connectant les frontières entre l'ordre et le chaos, ou la vie et la mort.

Les représentations sociales de la responsabilité dans les jeux de hasard et d'argent chez les jeunes adultes joueurs : se contrôler, ne pas devenir dépendant et avoir du plaisir.

SAVARD, Annie-Claude[1], BOUFFARD, Mélina, **LAFORGE, Jean-Philippe[2]** et KAIROUZ, Sylvia[2]

[1] Université Laval, Québec, Canada;
[2] Université Concordia, Montréal, Canada

Courriel: jeanphilippe.laforge@concordia.ca

Résumé:

L'approche du jeu responsable fait l'objet d'un débat important dans la communauté scientifique en raison de sa tendance à individualiser la responsabilité, en se concentrant surtout sur la responsabilité du joueur pour les méfaits liés aux jeux de hasard et d'argent. Bien que le joueur — ainsi que sa responsabilité — soit au centre du discours sur le jeu responsable, sa voix et ses perspectives restent absentes. Cette étude vise à remédier à cette limitation en documentant les représentations sociales du concept de responsabilité entretenues par les joueurs eux-mêmes. Comment le joueur perçoit-il le concept de responsabilité ? Les joueurs ont-ils une compréhension de la responsabilité centrée sur l'individu ou sont-ils capables de distinguer la leur de celle des autres acteurs ?

Les résultats qui seront présentés sont issus du matériel recueilli lors de 30 entretiens qualitatifs réalisés auprès de jeunes adultes joueurs âgés de 18 et 30 ans. Plus précisément, les résultats proviennent d'un exercice d'évocation spontanée réalisé lors de ces entretiens. Les résultats révèlent que les représentations sociales de la responsabilité détenues par les joueurs s'inscrivent dans cinq catégories : le contrôle de soi, les connaissances des règles et la prise de décisions éclairées, le plaisir, le fait de ne pas devenir dépendant et la prévention des méfaits liés au jeu. Toutes ces catégories se sont avérées ancrées dans une perspective de responsabilisation individuelle. Ces résultats sont discutés à la lumière du processus de construction des représentations sociales de la responsabilité dans l'approche du jeu responsable ainsi que dans le contexte néolibéral.

L'estime de soi chez les adolescents ayant une utilisation problématique d'Internet avec une préférence pour les jeux vidéo ou pour les réseaux sociaux : Données préliminaires

LAVOIE, Christine[1], DUFOUR, Magali[1], LANE, Julie[2] et BERBICHE, Djamal[2]

[1] Université du Québec à Montréal, Montréal, Canada;
[2] Université de Sherbrooke, Sherbrooke, Canada

Courriel: lavoie.christine.5@courrier.uqam.ca

Résumé:

L'objectif de l'affiche est d'exposer et d'interpréter les données empiriques suggérant des différences quant au niveau de l'estime de soi chez les adolescents présentant une utilisation problématique d'Internet (UPI) avec une préférence pour les jeux vidéo (UPI-JV) et ceux ayant une UPI avec une préférence pour les réseaux sociaux (UPI-RS). La présentation de ces données préliminaires permettra donc une meilleure compréhension et réflexion sur les potentiels impacts des applications sur l'estime de soi des utilisateurs problématiques.

Les données ont été collectées lors de l'hiver 2018 dans le cadre du projet de recherche HORSPISTE du Centre RBC de l'Université de Sherbrooke. Les variables d'intérêt ont été mesurées via l'Internet Addiction Test, l'Indice de Rosenberg et une échelle maison considérant le nombre d'heures allouées aux applications spécifiques.

Les analyses effectuées sont donc des analyses secondaires de données. Les participants ont été divisés en trois groupes selon leurs scores à l'IAT et le nombre d'heures passées sur les applications : sans UPI, UPI-RS et UPI-JV. Une ANOVA a été réalisée afin d'analyser les différences entre les groupes quant au niveau d'estime de soi.

Les trois groupes diffèrent significativement quant à l'estime de soi [$\omega 2(2,2880) = 128.04$, $p < .000$]. Les participants sans UPI rapportent des scores d'estime de soi significativement plus élevés que les participants des groupes UPI-RS et UPI-JV. De plus, les participants du groupe UPI-JV rapportent des scores significativement plus élevés comparativement à ceux du groupe UPI-RS.

En fournissant des occasions d'accomplissement, les jeux en ligne pourraient servir à élever temporairement l'estime de soi fragile des adolescents ayant une UPI-JV. Les réseaux sociaux ne semblent pas offrir des opportunités semblables expliquant pourquoi les jeunes UPI-RS rapportent des niveaux d'estime plus faibles. L'hypothèse de comparaisons sociales pourrait également permettre d'interpréter les niveaux d'estime faible dans ce groupe.

Les caractéristiques de ces deux applications pourraient avoir une incidence sur les niveaux d'estime des utilisateurs problématiques. Ces résultats suggèrent donc la priorisation de l'étude des composantes structurelles des applications. Il est à noter que l'estime de soi des adolescents ayant une UPI-RS semble particulièrement perturbé. Il est ainsi primordial d'adresser cette problématique inquiétante lors de l'intervention auprès de cette population.

Utilisation des « lootboxes » à la lumière de la réglementation jurdique polonaise

LELONEK-KULETA, Bernadeta[1] et NIEWIADOMSKA, Iwona[1]

[1] John Paul II Université Catholique de Lublin, Lublin, Pologne

Courriel: bernadetalelonek@kul.lublin.pl

Résumé:

Le but de cette présentation est d'analyser la règlementation polonaise en matière de jeux de hasard et d'argent (Act on Gambling de 2009) au regard de la spécificité des loot boxes. Dans la plupart des pays d'Europe, tel la Pologne, les loot boxes ne sont pas considérés comme une forme de jeux de hasard et d'argent. Par conséquent, leur accessibilité n'est régulée d'aucune façon, ce qui signifie par exemple qu'il est possible de les utiliser sans aucune restriction d'âge. Bien que la définition légale de jeu de hasard et d'argent puisse varier d'un pays à l'autre, celles-ci partagent des éléments communs tel l'obligation pour le joueur d'acquérir un loot box avec de l'argent ou quelque chose ayant une valeur monétaire. La Belgique et les Pays-Bas, interprètent cependant différemment la définition de jeux de hasard et d'argent; en assumant que la récompense obtenue via une activité de jeux de hasard et d'argent ne doit pas obligatoirement avoir une valeur monétaire, cela permet de considérer les loot boxes comme des jeux de hasard et d'argent. Pour résumer les enjeux liés à la règlementation légale polonaise en matière de loot boxes, il est possible de constater que le Act on gambling contient des dispositions qui définissent au sens général l'utilisation de cette forme de jeux. Notamment: 1) l'organisation d'un jeu sur Internet ; 2) la présence de récompenses (dans le cas des loot boxes, une récompense de nature virtuelle) ; 3) la présence du hasard dans la détermination du résultat ; 4) la nécessité d'acheter une participation au jeu (le loot box étant une preuve de la participation à un jeu de hasard) ; 5) l'achat de produits ou de services permettant la participation gratuite à un jeu de hasard (dans ce cas-ci, ouvrir un loot box) ; 6) des récompenses non-monétaires permettant de continuer à jouer sans avoir à payer de nouveau ; 7) l'absence de prix ou de récompense en argent, mais la présence du caractère aléatoire du jeu et son organisation en conformité avec les règles des machine à sous.

Le sport électronique au secondaire : qui sont les jeunes eSportifs?

LEMAY, Antoine[1], Magali Dufour[1] et Mathieu Goyette[1]

[1] Université du Québec à Montréal, Montréal, Canada

Courriel: lemay.antoine@courrier.uqam.ca

Résumé:

Contexte : Le sport électronique (SE), communément appelé eSports, consiste en la pratique compétitive de jeux vidéo (JV), coordonnée par différentes ligues ou tournois. Cette pratique émergente a connu un essor important dans les dernières années afin de devenir une activité prisée par les jeunes. Depuis 2018, afin d'amener leurs élèves à persévérer, des écoles secondaires proposent des programmes parascolaires ou sports-étude de SE. Alors que la pratique de JV est associée à de préoccupations, peu d'information est disponible quant aux caractéristiques des jeunes qui pratiquent du SE au sein d'un programme scolaire.

Objectif : Cette présentation vise à décrire le profil de jeunes eSportifs en milieu scolaire quant à leurs caractéristiques sociodémographiques, leurs loisirs, leur pratique de JV et des conséquences qui en découlent.

Méthodologie : 70 eSportifs de niveau secondaire quatre et cinq inscrits au sein d'un programme parascolaire de SE d'un établissement scolaire du Québec ont été recrutés afin de remplir des questionnaires abordant leurs loisirs, leur utilisation d'Internet et de leurs habitudes de pratique de JV.

Résultats : L'échantillon est composé en presque totalité de garçons (95,7%). Chaque semaine, ils passaient en moyenne 10 heures à des loisirs hors ligne, 19 heures à jouer à des JV et 15 heures à faire d'autres activités en ligne. Le temps écrans total des eSportifs totalisent donc 48,47 heures. De plus, 17,1% de participants présentent une passion pour les JV, alors que 31,4% de l'échantillon semble présenter une utilisation problématique des JV. Les méfaits découlant de la pratique de JV des participants touchaient principalement l'emploi et les études ainsi que leur sommeil. Les bienfaits identifiés, quant à eux, étaient davantage sociaux, psychologiques et sur la motivation générale des participants.

Conclusion : Cette présentation représente le premier portrait de jeunes qui pratique du SE dans le cadre d'un programme parascolaire en milieu scolaire. La connaissance de leur profil et de leurs habitudes de jeu permettra de favoriser l'encadrement du SE en milieu scolaire.

Développement d'un système de détection pour les jeux problématiques en ligne au Québec

MURCH, W. Spencer[1], DAUPHINAIS, Sophie[1], PICARD, Elyse[1], FRENCH, Martin[1] et KAIROUZ, Sylvia[1]

[1] Université Concordia, Montréal, Canada

Courriel: williamspencer.murch@mail.concordia.ca

Résumé:

Stimulé par les progrès récents de la connectivité d'Internet et de l'informatique mobile, et aggravé par la pandémie de COVID-19, de plus en plus de personnes participent aux jeux d'argent en ligne. Cela présente de nouvelles opportunités pour le domaine du jeu responsable (JR). L'obligation des joueurs en ligne de maintenir des comptes d'utilisateurs uniques permet aux opérateurs de jeux d'argent de proposer des interventions ciblées qui ont un grand potentiel pour améliorer l'efficacité d'initiatives de JR spécifiques. Cependant, la durabilité des interventions ciblées nécessite une identification précise des utilisateurs qui vivent des méfaits liés aux jeux d'argent. Nous avons invité les utilisateurs de la plateforme de jeu de Loto Québec (anciennement espacejeux.com) à compléter en ligne l'Indice Canadien du Jeu Excessif (ICJE). Les participants qui ont répondu au sondage (n = 9 145) ont accepté de partager des données supplémentaires sur leur historique de jeu notamment, leurs transactions financières et leurs activités de paris sur le site. Les données ont été réparties aléatoirement en une base de modélisation (80%) et une base de test (20%). Des algorithmes d'apprentissage machine ont ensuite été constitués pour identifier les individus éprouvant des problèmes de jeu modérés (ICJE 5+) et sévères (ICJE 8+). Nos modèles ICJE 5+ et 8+ ont globalement montré des performances exemplaires dans la classification de nos données de test, représentant respectivement 84,2 % et 82,5 % de la surface totale sous les courbes caractéristiques de fonctionnement du récepteur ("Receiver operating characteristic"). Des analyses de suivi ont indiqué que les solutions optimales pour ces modèles classaient correctement 81,7% des personnes ayant déclaré des problèmes de jeu au seuil modéré et 81,9% des personnes ayant déclaré des problèmes de jeu sévères. Ce faisant, ces modèles ont également correctement identifié 74,4% et 72,2% des personnes ayant des scores sur l'ICJE inférieurs à 5 et à 8. Les facteurs les plus importants dans ces modèles comprenaient l'âge des participants, divers aspects de leur comportement de pari et s'ils ont montré des signes comportementaux de poursuite de la perte ("chasing") ou pas. Ces résultats furnissent des résultats prometteurs quant à l'utilisation d'algorithmes d'apprentissage machine dans l'identification des joueurs en ligne à risque sur les plateformes de jeux de hasard et d'argent. Ils permettent l'identification de plusieurs marqueurs comportementaux en tant qu'indicateurs des méfaits liés au jeu en ligne, dont certains ont déjà été identifiés par des recherches antérieurs et d'autres, nouveaux. De plus, de tels modèles pourraient améliorer les stratégies de jeu responsable des plateformes de jeux d'argent en ligne en fournissant des pistes intéressantes visant à réduire la promotion et la publicité auprès des joueurs qui adoptent des comportements de jeu, qui témoignent de la présence de méfaits et de problèmes associés au jeu.

Observation de l'évolution du comportement en matière de paris sportifs pendant la pandémie de la COVID-19.

OTIS, Elijah[1], H. STEWART, Sherry[1] et YAKOVENKO, Igor[1]

[1] Université Dalhousie, Halifax, Canada

Courriel: eli.otis@dal.ca

Résumé:

Les paris sportifs sont l'une des formes les plus populaires de jeux de hasard et d'argent au Canada; des estimations récentes de la prévalence indiquent que 7,9% des adultes canadiens ont misé sur des paris sportifs dans la dernière année. La pandémie de COVID-19 a conduit à la fermeture temporaire de la plupart des grandes ligues sportives du monde depuis mars 2020. Ces fermetures soudaines ont entraîné une diminution spectaculaire dans la disponibilité des paris sportifs dans le début de la pandémie, suivie d'une augmentation avec le retour de la plupart des ligues sportives au cours de l'été. Ces changements dans la disponibilité des paris sportifs représentent une rare opportunité de mener une expérience en contexte naturel. Via l'utilisation d'une mesure rétrospective d'auto-évaluation des comportements de jeu, nous avons mené une étude auprès de 51 parieurs sportifs ayant joué dans la dernière année, afin d'étudier l'évolution de leurs comportements de jeu au cours de la pandémie. Nous avions prédit une diminution initiale des comportements de jeu à partir des niveaux de base pré-pandémique jusqu'aux premiers stades de la pandémie en mai, lorsque la disponibilité des paris sportifs était fortement limitée, suivie d'une augmentation des comportements de jeu de mai à août, soit au moment de la réapparition des événements sportifs en direct. Notre modèle général de résultats a confirmé nos hypothèses, bien que les comportements de jeu ne soient pas complètement retournés aux niveaux de base. Nous discutons des retombées de nos résultats pour les politiques de santé publique.

Mots-clés: paris sportifs, COVID-19, hypothèse de la disponibilité.

Impact des jetons non fongibles (NFT) dans la marchandisation de l'industrie du jeu

RAHIM, Rifatur[1]

[1] Université de Dhaka, Dhaka, Bangladesh

Courriel: rifaturrahim@gmail.com

Résumé:

Les jetons non fongibles (NFT) sont des jetons cryptographiques uniques représentant quelque chose d'original et de singulier qui ne peut pas être mutuellement échangé comme la crypto-monnaie traditionnelle. Comme il n'est pas interchangeable, le propriétaire d'origine a un pouvoir absolu sur le jeton et il peut le monétiser facilement comme il l'entend. Jusqu'à présent, les entreprises qui concevaient des jeux détenaient la plupart de l'argent, de la possession et du pouvoir dans l'industrie du jeu et elles dictaient les prix et la disponibilité de leurs produits. Mais les NFT offrent cette rare opportunité où tout individu peut posséder des moments de jeu, des objets de collection et d'autres actifs souhaitables dans n'importe quel jeu. Les NFT peuvent être achetés, vendus ou même mis aux enchères pour toute somme d'argent que le marché juge appropriée. À l'avenir, il devrait être transférable dans les jeux aussi. Cette étude constate que même si les NFT en tant que processus de monétisation valide sont encore à leur début, ils sont très prometteurs. Bien que le concept des NFT soit difficile à comprendre pour de nombreuses personnes, lorsqu'il est bien fait, son avenir peut être aussi brillant que la crypto-monnaie moderne la plus rentable, mais avec une propriété et un commerce plus sûrs. Cette forme de jeton donne non seulement à tout utilisateur le pouvoir de s'approprier son propre « gameplay » ou ses achats de jeux numériques, mais elle offre également une opportunité sans précédent de créer des actifs tangibles à partir de moments ou de choses intangibles. Les NFT peuvent transformer les jeux du monde virtuel et la propriété d'entreprise en propriété individuelle et en jetons personnels d'intérêt.

Mots clés : jetons non fongibles (NFT), crypto-monnaie, marchandisation du jeu

Boîtes à butin dans les jeux vidéo : un examen exploratoire des caractéristiques sociodémographiques et psychologiques associées

RICHARD, Jeremie[1], ABARBANEL, Brett[2] et DEREVENSKY, Jeffrey[1]

[1] Université McGill, Montréal, Canada;
[2] Université du Nevada, Las Vegas, États-Unis

Courriel: jeremie.richard@mail.mcgill.ca

Résumé:

Au cours des cinq dernières années, on note une augmentation significative des revenus générés par l'industrie des jeux vidéo, ainsi qu'une migration des joueurs vers les plates-formes de jeu de nouvelle génération et un intérêt accru pour les E-sports. Ces jeux se caractérisant par une intégration des micro-transactions en cours de jeu. Avec l'inclusion du trouble du jeu dans la Classification internationale des maladies - Onzième édition (Organisation mondiale de la santé, 2019) et une plus grande hybridation entre les jeux vidéo et les jeux d'argent dans l'espace numérique (Abarbanel, 2018), de nombreuses recherches ont examiné les facteurs qui créent un aspect addictif dans les jeux vidéo et l'impact de ces facteurs sur les joueurs. Parmi les caractéristiques contributives à la nature addictive des jeux vidéo demeure la présence de coffres à butin, un objet consommable dans le jeu, qui donne aux joueurs une chance de recevoir une récompense virtuelle aléatoire d'une valeur plus ou moins importante (allant de fonctionnalités cosmétiques qui n'influencent pas le jeu aux équipements qui permettent de progresser plus rapidement dans le jeu). Les boîtes à butin peuvent généralement être acquises gratuitement en cours de jeu, mais peuvent également être achetées en échange d'argent à travers des micro-transactions. Le but de cette revue littéraire est de faire un bilan des connaissances sur les caractéristiques sociodémographiques et psychologiques associées à l'achat de boîtes à butin dans les jeux vidéo. Sept bases de données ont été consultées (PsychINFO, Medline, Sociological Abstracts, Scopus, Electronics & Communications Abstracts, Technology Collection et Arts & Humanities Citation Index) et les articles ont été sélectionnés sur la base de l'inclusion d'information sur l'achat de boîtes à butin ou d'informations relative à l'association entre des variables sociodémographiques tels le sexe, l'âge, l'ethnicité, le statut socioéconomique, le pays d'origine ou toute autre caractéristique psychologiques / psychopathologiques et la consommation de boite à butin. Les résultats indiquent que les études sur les achats de boîtes à butin ont été principalement menées via des enquêtes en ligne auprès de joueurs vidéo, que les boîtes à butin sont majoritairement consommées par des hommes, adolescents et adultes. Peu d'études ont analysé le lien entre l'achat de boite à butin et l'ethnicité ou le statut socio-économique. Par ailleurs, l'achat de boîtes à butin était lié à des symptômes caractéristiques du trouble de dépendance aux jeux vidéo et à des habitudes de jeu d'argent problématiques, à la détresse psychologique, à la présence de certaines croyances en lien aux jeux d'argent et à diverses motivations (par exemple, le plaisir / l'excitation, les avantages du jeu, les raisons d'apparence). Nous discutons l'impact de ces résultats pour la recherche, la prévention et l'intervention.

Les effets réciproques des jeux Pay-to-Win et des jeux de hasard et d'argent : Résultats issus d'un échantillon représentatif

STEINMETZ, Fred[1], FIEDLER, Ingo[1,2], VON MEDUNA, Marc[1] et ANTE, Lennart[1]

[1] Université Hambourg, Hambourg, Allemagne;
[2] Université Concordia, Montréal, Canada

Courriel: fred.steinmetz@posteo.de

Résumé:

La présentation vise à communiquer les résultats d'une nouvelle étude sur les similitudes entre les jeux Pay-to-Win et les jeux de hasard et d'argent. Les jeux Pay-to-Win sont une forme courante de jeu vidéo dans laquelle les joueurs peuvent payer pour progresser dans le jeu. La fréquence et la valeur des paiements sont illimités, et les paiements sont liés à la compétitivité des joueurs ou à leur progression dans le jeu, ce qui peut potentiellement favoriser l'apparition de patrons de comportements problématiques, similaires à ceux observables avec les jeux de hasard et d'argent. Nos analyses se concentrent sur l'évaluation des similarités et des différences entre les jeux Pay-to-Win et les différentes formes de jeux de hasard et d'argent. À partir d'une enquête menée auprès de 46 136 internautes allemands adultes, cette étude présente le profil démographique et socio-économique (1) de joueurs de Pay-to-Win qui effectuent des achats dans ce type de jeu, (2) de grands utilisateurs qui effectuent des paiements quotidiens et (3) de joueurs de Pay-to-Win qui sont aussi des joueurs de jeux de hasard et d'argent. Les motivations à effectuer des paiements ont été analysées et la participation, la fréquence et les dépenses aux jeux de hasard et d'argent par les joueurs de Pay-to-Win sont aussi présentées. Pour analyser la similarité entre les jeux Pay-to-Win et les jeux de hasard et d'argent, nous avons vérifié si la participation à des jeux Pay-to-Win, la fréquence des paiements et le jeu problématique (problematic gaming) sont des prédicteurs pour les jeux de hasard et d'argent, et nous avons testé de manière croisée, les effets opposés des jeux de hasard et d'argent sur les jeux de type Pay-to-Win. Nous avons trouvé que les joueurs de Pay-to-Win constituent un groupe de consommateurs distinct ayant un attrait important pour les jeux de hasard et d'argent. Un engagement élevé et un comportement problématique dans une forme de jeu influencent le (sur)engagement dans l'autre. La possibilité d'effectuer des paiements récurrents constitue le point commun entre les jeux Pay-to-Win et les jeux de hasard et d'argent.

Impact des campagnes publicitaires parmi les joueurs en ligne: les perceptions du rôle du soutien social

TESSIER, Samantha[1], ZERHOUNI, Oulmann[1] et ROMO, Lucia[1,2]

[1] Université de Paris Nanterre, Paris, France;
[2] CMME, GHU Paris Psychiatrie et Neurosciences, Paris, France

Courriel: samanthatessier.st@gmail.com

Résumé:

Contexte: Peu d'études sur les joueurs problématiques se sont concentrées sur la manière dont l'environnement social et la personnalité interagissent dans le comportement de jeu. Le but de cette recherche est d'étudier comment le soutien social, les dimensions de la personnalité et les campagnes publicitaires sont associés au jeu problématique chez les joueurs problématiques ou à risque modéré et les joueurs récréatifs et associés au jeu en ligne (c'est-à-dire le sport et le poker).

Méthodes: Un questionnaire en ligne a été diffusé entre lors du premier trimestre 2019 sur les réseaux sociaux et sur des forums de joueurs. Il s'est adressé à des personnes majeures ayant joué au moins une fois au cours des 12 derniers mois à un JHA. Il a permis de relever la typologie de joueurs au travers de l'indice canadien sur le jeu excessif (Ferris et Wynne, 2001), la disponibilité et la satisfaction du soutien social perçu au travers du Support Social Questionnaire 6 (SSQ6), le souvenir de slogans publicitaires diffusés en France, ainsi que des questions sur la pratique du jeu (âge du premier jeu, modes de jeu) et des questions sociodémographiques. Les analyses ont été réalisées sous R. Cent neuf participants ont répondu incluant 45% de joueurs problématiques ou à risque modéré.

Résultats: Les joueurs problématiques et à risque modéré étaient significativement plus sensibles aux publicités de jeux d'argent que les joueurs récréatifs. Le soutien social était significativement plus faible chez les joueurs en ligne que chez les joueurs hors ligne, mais aucune association n'a été trouvée entre le soutien social et le type de joueurs. Les joueurs problématiques et à risque modéré présentaient des niveaux d'extraversion inférieurs à ceux des joueurs récréatifs. Notamment, lorsque le début du jeu est avant 18 ans, les participants avaient plus de chances de se rappeler plus de publicités de jeu à l'âge adulte.

Conclusion: Nous proposons que les futures recherches longitudinales se concentrent sur les caractéristiques des joueurs en ligne, notamment en ce qui concerne le soutien social, pour comprendre ce faible niveau d'adéquation par rapport aux joueurs hors ligne.

Mots clés: soutien social, modèle Big Five, personnalité, publicités de jeux d'argent et de hasard, jeux d'argent en ligne

Le rôle du skinbetting dans la transformation des skins en monnaie virtuelle

THORHAUGE, Anne Mette[1]

[1] Université de Copenhague, Copenhague, Danemark

Courriel: thorhaug@hum.ku.dk

Résumé:

Le skinbetting est une des manières à travers laquelle les jeux de hasard et d'argent et les jeux vidéo convergent actuellement sur Internet. Le skinbetting réfère à des paramètres de jeu en ligne dans lesquels les joueurs (y compris les mineurs) peuvent utiliser des skins comme jetons pour jouer à des jeux de casino classiques tels que le Blackjack et la roulette plutôt que de l'argent réel. Cela est possible puisque les skins de jeux très populaires comme CS:GO (Valve 2007) sont échangés entre joueurs à une échelle où ceux-ci deviennent hautement fongibles, gagnant ainsi le statut de « monnaie fiduciaire » (voir Lehdonvirta et Castronova 2014). Comme beaucoup d'autres phénomènes sur Internet, le skinbetting est considéré comme « difficile à réguler ». Il s'agit d'une conséquence directe de l'API ou Interface de Programmation d'Application de la plateforme Steam, détenue par Valve. Cette API permet à des développeurs d'un tier parti d'accéder au marché de la communauté Steam, espace clé d'échange entre joueurs sur la plateforme. Ce faisant, le volet de l'API de Steam permettant à des développeurs tiers d'intégrer l'échange entre joueurs à l'intérieur de leur modèle d'affaires permet également le développement de pratiques économiques douteuses, tel que l'offre de jeux de hasard et d'argent non-régulés à des mineurs par des sites tiers (Thorhauge et Nielsen, à paraître). D'une part, cela peut être interprété comme une conséquence malheureuse de la « stratégie de marché parallèle » de Steam. C'est-à-dire qu'en autorisant le commerce entre joueurs et en donnant aux développeurs tiers l'accès à ce marché, Steam cautionne « malheureusement » aussi le skinbetting sur des sites tiers. Cependant, cela peut aussi être vu comme une stratégie délibérée de marché parallèle où les sites de skinbetting représentent en fait un marché secondaire moins légitime pour les skins. Enfin, cela peut être considéré comme une tentative délibérée de tirer profit des skins en tant que monnaie de jeu régulière avec les nombreuses perspectives commerciales que cela peut impliquer. Dans cette présentation, je discuterai des similitudes et des différences entre les skins et les crypto-monnaies et j'examinerai si le skinbetting joue réellement un rôle dans la transformation des skins en une monnaie virtuelle.