
L'impact émotionnel des applications gamifiées d'apprentissage des langues sur les apprenants utilisateurs : le cas de Duolingo

Marie-Claire Lemarchand-Chauvin*¹

¹ATILF, UMR 7118, CNRS – Université de Lorraine – France

Résumé

Les applications d'apprentissage des langues en ligne attirent des millions d'utilisateurs à travers le monde grâce à leur accessibilité, leur flexibilité et leur approche ludique de l'apprentissage. Cet engouement s'explique par plusieurs facteurs : la flexibilité et l'accessibilité offertes par ces plateformes, la gamification qui augmente l'engagement des apprenants, la personnalisation rendue possible par l'intelligence artificielle, la demande croissante liée à la mondialisation, ainsi que la diversité des approches proposées par les différentes applications.

Cette étude vise plus précisément à explorer l'impact émotionnel de Duolingo, une plateforme d'apprentissage des langues qui proposait, en septembre 2023, 40 langues différentes et comptait 113,1 millions d'utilisateurs actifs mensuels dans le monde. Notre recherche se concentre sur les émotions suscitées par les stratégies de gamification et de rétention uniques à Duolingo, telles que le langage utilisé dans les notifications, le système de classement, ainsi que les mécanismes de récompense et de pénalité. Nous nous appuyons sur les travaux de Krashen (1982) sur le filtre affectif et ceux de Dewaele et MacIntyre (2014) sur les émotions positives dans l'apprentissage des langues pour examiner l'influence de ces mécanismes sur le sentiment d'efficacité personnelle (SEP) et la confiance en soi des apprenants. Notre méthodologie combinera une analyse lexicale des messages de l'application, un questionnaire administré aux utilisateurs et une analyse du rôle de la mascotte Duo. Nous évaluerons spécifiquement les émotions positives et négatives générées, leur impact sur la motivation et l'engagement, ainsi que les effets à court et à long terme sur le SEP et la confiance en soi des utilisateurs. Cette recherche vise à contribuer au débat sur l'utilisation des technologies numériques dans l'apprentissage des langues, en évaluant leur impact émotionnel sur les apprenants et en questionnant l'équilibre entre motivation extrinsèque et intrinsèque dans le processus d'acquisition linguistique.

Bibliographie :

Berdal-Masuy, F., & Païron, J. (2015). Affects et acquisition des langues. *Le langage et l'homme*, 50(2), 3-8.

Dewaele, J. M., & MacIntyre, P. D. (2014). The two faces of Janus? Anxiety and enjoyment in the foreign language classroom. *Studies in Second Language Learning and Teaching*, 4(2), 237-274.

Hiver, P., Al-Hoorie, A. H., Vitta, J. P., & Wu, J. (2021). Engagement in language learning: A systematic review of 20 years of research methods and definitions. *Language Teaching Research*, 25(4), 643-680.

Krashen, S. D. (1982). *Principles and practice in second language acquisition*. Pergamon

*Intervenant

Press.

Pekrun, R., Lichtenfeld, S., Marsh, H. W., Murayama, K., & Goetz, T. (2022). Achievement emotions and academic performance: Longitudinal models of reciprocal effects. *Child Development*, 93(1), 90-106.

Plantin, C. (2015). *Les bonnes raisons des émotions : principes et méthode pour l'étude du discours émotionné*. Peter Lang.

Puozzo Capron, I., & Piccardo, E. (2013). Au commencement était l'émotion : Introduction. *Lidil. Revue de linguistique et de didactique des langues*, (48), 5-16.

Resnik, P., & Schallmoser, C. (2019). Enjoyment as a key to success? Links between e-tandem language learning and tertiary students' foreign language enjoyment. *Studies in Second Language Learning and Teaching*, 9(3), 541-564.

Tsai, Y. H., Lin, C. H., Hong, J. C., & Tai, K. H. (2020). The effects of metacognition on online learning interest and continuance to learn with MOOCs. *Computers & Education*, 145, 103818.