

Mondes Virtuels : une nouvelle forme de sociabilité

Cet article a été écrit pour la revue « Centraliens » (Revue des anciens de l'école Centrale) à paraître en août 2008.

Avec son mélange de textes, graphiques, images et vidéos, Internet permet aux utilisateurs de **parcourir** rapidement un important volume d'information. Or l'être humain est avant tout un animal social qui a besoin de **vivre** l'information, sous la forme d'un mélange de contenu « live » et de présence. Le Web s'est donc progressivement doté d'un aspect communautaire - le Web 2.0 - permettant d'influer sur les contenus et de les personnaliser. Son évolution sociale naturelle : les mondes virtuels.



Des outils pour la communication

Les mondes virtuels reposent sur l'interactivité et la communication. Ils permettent à des utilisateurs (ou *résidents*) d'interagir en temps réel avec d'autres résidents en utilisant simultanément plusieurs médias - abstraction faite de leur localisation géographique - de manière à simuler des environnements réalistes et participer à des activités de groupe.

Typologie des mondes virtuels

Il semble constant que l'expérience de jeu soit une étape préalable à tout *Usage* qui pénétrera par la suite d'autres sphères « sérieuses ». Sans doute un reliquat de notre propre apprentissage basé sur le jeu dans l'enfance ! Dans le domaine des jeux vidéo multi-joueurs en réseau, les joueurs en plus de partager l'expérience de jeu ont commencé à échanger autour de celle-ci via des forums et autres

sites spécialisés. Ceci a mis en avant le désir de faire persister l'univers de jeu au-delà de ce dernier.

De cette observation, les éditeurs de jeux ont imaginé de nouveaux environnements persistants regroupant les aspects ludiques et communautaires : les *mondes virtuels orientés jeux* ou *MMOG* (Massively Multiplayer Online Games) [Ultima Online en 1995, ..., World of Warcraft en 2004]. Dans ce cas les interactions sociales sont utilisées comme autant d'outils supplémentaires pour remplir les objectifs du jeu.



Typologie des Mondes Virtuels

En parallèle, d'autres visions proposaient de créer un univers persistant dans lequel les utilisateurs pourraient « vivre » virtuellement leur vie sociale (discuter avec leurs amis, se balader dans Paris, etc.) [Deuxième Monde de Canal+/Cryo en 1997, Second Life en 2003...].

Nous assistons depuis peu à l'émergence de mondes spécialisés, appelés *mondes verticaux*, permettant la création de communautés virtuelles autour de thématiques communes (le football, la politique, etc.). Les grandes marques ont vite saisi l'intérêt de ces univers pour enrichir les échanges avec leurs consommateurs : elles ont commencé à créer leurs propres mondes verticaux, les *branded worlds*, qui permettent de jouer et interagir autour de la marque et de son univers. [Barbie, Lego, MTV, Coca Cola, etc.].

En poursuivant l'utopie d'une deuxième vie, de nouveaux types de mondes sont apparus, les *mondes miroirs*, où les environnements, images, contenus et paysages sont conçus pour être le plus proche possible du monde réel : « From *Pages* to *Places* ». [Google Earth, Microsoft Live Earth, Amazing Worlds, ...]. Ce type d'univers offre de nouvelles possibilités aux métiers du tourisme et de l'événementiel (conférences, expositions,...) qui ne tarderont pas à s'en saisir.



Mondes Miroirs : From Pages to Places

Quelle que soit leur typologie, les mondes virtuels regroupent en une seule plateforme plusieurs technologies : streaming audio et vidéo, webcam, chat texte et vocal (VOIP), moteur physique et graphique, programmation des contenus (scripting), navigateur Web, économie in-world (Virtual Currency) et bien sûr les avatars - projection d'un utilisateur dans ces univers, véritable *curseur de souris augmenté*.

La combinaison de ces outils et des aspects sociaux a ouvert la voie à de nouvelles perspectives, de nouvelles idées qui se muent progressivement en nouveaux usages plus ou moins conjoncturels.

Le V-Commerce ou l'avenir du E-Commerce

Les mondes virtuels permettent de créer des représentations dynamiques et interactives des produits réels pour en faciliter l'appréhension et la compréhension. Le V-Commerce (Virtual

Commerce) s'étend aussi à la vente de produits purement virtuels répondant au désir des utilisateurs d'exprimer leur individualité - avec la personnalisation de leur avatar et de leur environnement -. En exploitant au maximum les possibilités de ces univers on peut paradoxalement donner vie au produit. Et en combinant habilement le réel et le virtuel on aboutit alors à de nouveaux modèles économiques.



Des avatars à votre image

De plus, les récents développements de l'intelligence artificielle permettent maintenant de créer des avatars conversationnels autonomes qui sont capables de guider les utilisateurs dans les magasins et centres commerciaux en ligne. Les sociétés Françaises Virtuoz et As an Angel se sont ainsi spécialisées dans ces outils.

Le V-Learning, une nouvelle forme d'apprentissage

Selon la fondation Bill et Melinda Gates, près d'un tiers des jeunes sortent d'un lycée américain sans diplôme et les écoles virtuelles seraient un moyen plus efficace de suivre une formation. Ainsi une représentation graphique en 3D fournit des stimuli sensoriels contribuant à créer une sensation d'immersion qui facilite la compréhension et rend l'apprentissage plus attractif. Une équation qui n'est pas simple à réaliser dans des applications E-Learning classiques. Outre l'éducation, ce mélange ludique, échanges et sérieux a donné naissance aux *Jeux Sérieux* (*Serious Games* et *Business Games*) utilisés pour la formation d'entreprise et la simulation.



Mondes Virtuels et Travail Collaboratif

Rationalisation des déplacements et travail collaboratif : des enjeux écologiques

Avec les enjeux écologiques de demain, les mondes virtuels en tant que facilitateurs d'échanges et d'interactions vont prendre une part importante dans le travail collaboratif. C'est la maîtrise de ces nouveaux outils qui va conditionner la nature et la qualité des échanges et conduire les entreprises à rationaliser leurs déplacements en leur substituant d'autres modes de communication éco-responsables. Ces mondes associeront probablement des éléments réels (capture vidéo et son) et des éléments virtuels (décors 3D, contenus numériques textuels ou graphiques pour le travail collaboratif).

La génération numérique démocratise ces technologies

Dans deux rapports publiés en 2008, les instituts Gartner et Forrester précisent que les mondes virtuels et plus généralement l'arrivée de la 3D sur Internet va se démocratiser dans les cinq prochaines années. Écoutons la prochaine génération qui est née avec ces nouvelles technologies : ils disent qu'ils **parlent** sur MSN comme si c'était de vive voix, qu'ils **voient** une personne alors que c'est via une webcam. Ils rendent visite à leurs amis, leur font visiter leur chambre et jouent avec eux... à ceci près que ces amis peuvent habiter dans un autre pays, que la chambre est un espace virtuel, et les jeux vidéo en réseau !

Alors que nous faisons encore la différence entre le virtuel et le réel, plus les nouvelles générations avancent, plus cette différence s'amenuise. Cette *génération numérique* va au-delà des outils pour se focaliser sur les usages.

Bien que les mondes virtuels nous obligent à repenser notre conception du lien social, nous aurons à apprivoiser les potentialités de cette nouvelle forme de sociabilité pour avancer, comme nous l'avons fait à l'arrivée d'Internet !

--

Yohan Launay et Nicolas Mas

Téléchargez l'article sur Internet :

<http://www.conceptsl.com/papers/>

Auteurs : Yohan Launay et Nicolas Mas



Yohan Launay, Ingénieur Informatique et NTIC [EFREI–McGill], codirige le cabinet de conseil *ConceptSL* spécialisé dans le Web 3D et les Mondes Virtuels. Depuis 2006, avec son associé **Nicolas Mas**, Ingénieur Systèmes [EFREI], ils identifient, décortiquent et combinent les nouvelles technologies pour aider les entreprises dans leur démarche d'innovation.

Pour nous contacter :

- Yohan.Launay@ConceptSL.com
- Nicolas.Mas@ConceptSL.com
- <http://www.ConceptSL.com>

Références :

- ConceptSL : www.ConceptSL.com
- "Le Nouveau Pouvoir des Internautes" - F.X. Husherr, C. Husherr, M.E. Carrasco [2006]
- "Bâtisseurs de Rêves" (Première Edition) - Daniel Ichbiah [1997]
- Hebi Flux et l'Atelier BNP Paribas - www.atelier.fr
- KZero - www.KZero.com
- Terra Nova - www.terranova.blogs.com
- Virtual Worlds Consortium for Innovation & Learning - www.sric-bi.com/VWC