



**HAL**  
open science

**Socialisations volontaires, médiateurs et régimes  
d'engagement dans les mondes virtuels. L'invitation,  
l'annonce et la carte : trois médiateurs des régimes  
d'engagement en plan et exploratoire lors d'événements  
en ligne.**

Jean-François Lucas

► **To cite this version:**

Jean-François Lucas. Socialisations volontaires, médiateurs et régimes d'engagement dans les mondes virtuels. L'invitation, l'annonce et la carte : trois médiateurs des régimes d'engagement en plan et exploratoire lors d'événements en ligne.. Interfaces numériques, 2018. hal-01941778

**HAL Id: hal-01941778**

**<https://hal.science/hal-01941778>**

Submitted on 2 Dec 2018

**HAL** is a multi-disciplinary open access archive for the deposit and dissemination of scientific research documents, whether they are published or not. The documents may come from teaching and research institutions in France or abroad, or from public or private research centers.

L'archive ouverte pluridisciplinaire **HAL**, est destinée au dépôt et à la diffusion de documents scientifiques de niveau recherche, publiés ou non, émanant des établissements d'enseignement et de recherche français ou étrangers, des laboratoires publics ou privés.

**LUCAS Jean-François**

Sociologue (PhD), expert ville numérique / Smart City chez Chronos, cabinet de conseil et de prospective.  
Chercheur associé au Laboratoire de sociologie urbaine (LaSUR), École polytechnique fédérale de Lausanne (EPFL)

---

## **Socialisations volontaires, médiateurs et régimes d'engagement dans les mondes virtuels.**

**L'invitation, l'annonce et la carte : trois médiateurs des régimes d'engagement en plan et exploratoire lors d'événements en ligne.**

2018

---

**Attention, ce texte est un document de travail.**

Il peut comporter des différences avec la version définitive du texte.

Merci de citer et de se référer à la version définitive :

**Jean-François Lucas**, « Socialisations volontaires, médiateurs et régimes d'engagement dans les mondes virtuels », *Interfaces numériques*, Vol.7, n°1 : Formes et dynamiques d'attention, de présence et d'engagements, 2018, pp.139-157.

<p>Ce texte de travail est mis à disposition des internautes afin de faire connaître les travaux de LUCAS Jean-François. Les droits d'auteur de ce document demeurent aux auteurs des textes et/ou aux détenteurs des droits. Ce texte est destiné à une utilisation personnelle et non-marchande. Il ne peut être en aucun cas distribué et utilisé à des fins lucratives.</p>
---

# **Socialisations volontaires, médiateurs et régimes d'engagement dans les mondes virtuels.**

*L'invitation, l'annonce et la carte : trois médiateurs  
des régimes d'engagement en plan et exploratoire  
lors d'événements en ligne.*

< Jean-François LUCAS<sup>1</sup> >

1. *Sociologue, Cabinet d'études Chronos, Paris  
chercheur associé au Laboratoire de sociologie urbaine (LaSUR), École  
polytechnique fédérale de Lausanne (EPFL), Suisse.  
jean-francois.lucas@groupechronos.org*

DOI:10.3199/RIN.1.1-n © AFDI 2012

## < RESUME >

Les utilisateurs de jeux vidéo en ligne et de mondes virtuels ont parfois des interactions qui ne sont pas instrumentalisées par le dispositif et l'environnement numérique dont ils font l'expérience. Les socialisations qui en résultent sont qualifiées de volontaires. Elles se réalisent notamment lors de rituels en ligne, comme les mariages et les cérémonies funéraires, et lors de manifestations culturelles créées par des utilisateurs. Les cérémonies en ligne ont une dimension rituelle faible, mais elles permettent à un collectif de se retrouver et de partager un moment particulier. Quant aux manifestations culturelles, elles sont souvent des prétextes à la rencontre de nouvelles personnes. L'invitation, l'annonce et la carte sont trois médiateurs qui conditionnent les manières dont un individu s'engage et est engagé dans ces différents types d'événements. Chacun de ces médiateurs permet à un individu d'agir et le fait agir selon un régime spécifique d'engagement. L'invitation et l'annonce sont caractéristiques du régime de l'engagement en plan, puisqu'elles vont capter l'attention de l'individu en amont de l'événement et vont lui permettre d'établir un plan d'action afin de répondre à son désir de socialisation.

Une carte qui indique en temps réel la position de chaque avatar connecté au monde permet à un individu d'agir – et elle le fait agir – selon un régime exploratoire, ce dernier pouvant tester chaque opportunité interactionnelle qui s'offre à lui. Même volontaires, les socialisations dans les mondes virtuels dépendent des propriétés du dispositif sociotechnique dans lequel elles se réalisent.

**< ABSTRACT >**

Users of online video games and virtual worlds sometimes have interactions that are not instrumentalized by the device and the digital environment they experience. The resulting socializations are described as voluntary. These are carried out during online rituals particularly, such as weddings and funeral ceremonies, and during cultural events created by users. Online ceremonies have a weak ritual dimension, but they allow a collective to get together and share a particular moment. As for cultural events, they are often pretexts for meeting new people. Invitation, announcement and map are three mediators that influence the ways in which an individual engages and is engaged in these different types of events. Each of these mediators allows an individual to act and makes him or her act according to a specific regime of engagement. Invitation and announcement are characteristic of engagement regime in regular planning, since they capture the individual's attention before the event and allow him/her to establish an action plan to respond to his/her desire for socialization. A map that shows in real time the position of each avatar connected to the world allows an individual to engage himself and be engaged in an exploratory regime, the latter being able to test each interactive opportunity open to him. Even voluntary, socializations in virtual worlds depend on the properties of the sociotechnical device in which they take place.

**< MOTS-CLES >**

Socialisation volontaire, socialisation instrumentalisée, événement, médiateurs, régimes d'engagement, exploration, mondes virtuels, World of Warcraft, Second Life, Minecraft, création de contenus, sandbox, carte, cartographie.

**< KEYWORDS >**

Voluntary socialization, instrumentalized socialization, event, mediators, regimes of engagement, exploration, virtual worlds, World of Warcraft, Second Life, Minecraft, content creation, sandbox, map, mapping.

---

## **1. Introduction**

Les jeux vidéo et autres mondes virtuels multi-utilisateurs accessibles en ligne sont le lieu de nombreux « événements » (*event* en anglais). Ceux-

ci peuvent prendre la forme de missions, d'« instances » de « raids », qui sont des explorations ou des expéditions organisées pour acquérir des trésors et tuer des créatures et des monstres (Pfeffer *et al.*, 2007 ; Berry, 2012, 71-72), de cérémonies religieuses (Servais, 2012, 2015), d'événements culturels ou encore de rassemblements d'avatars qui se regroupent pour jouer, ou simplement « être ensemble » et « passer du bon temps » (Lucas, 2013). Contrairement aux missions ou raids, ces derniers exemples ne sont pas régis par des logiques ludiques nécessaires à la progression ou à la réussite d'une aventure. Ainsi, les socialisations qui s'y déroulent ne sont pas « instrumentalisées » (Auray, 2003) par le jeu, elles sont dites « volontaires ».

Dans cet article, nous souhaitons questionner les manières dont un individu ou agent s'engage et est engagé dans des relations sociales volontaires au sein d'un monde virtuel. Nous considérons l'engagement au sens de Laurent Thévenot (2006), c'est-à-dire comme un « agencement » singulier entre la recherche d'un « bien » par une personne (ici la création de nouvelles relations sociales) et les propriétés de l'environnement ou du dispositif qui lui procurent la capacité d'agir et qui le font agir (*agency*). Nous nous intéresserons spécifiquement aux médiations socio-techniques (Akrich *et al.*, 2006) par lesquelles les acteurs s'informent (ou sont informés), se mobilisent (ou sont mobilisés) et s'engagent (ou sont engagés) lors d'événements au sein d'univers virtuels afin de satisfaire le bien recherché.

Dans une première partie, nous différencierons les socialisations instrumentalisées ou « forcées » des socialisations dites volontaires, et nous distinguerons ces dernières du régime du *Hanging Out* (Bloustein, 2003 ; Ito *et al.*, 2008). Dans un second temps, nous prendrons l'exemple des cérémonies religieuses dans *World of Warcraft* (WoW) et celui des événements organisés par les utilisateurs des Mondes Virtuels de Création de Contenu (MVCC)<sup>1</sup> (Lucas, 2013), pour souligner que ces rassemblements sont souvent un prétexte à la rencontre entre individus.

---

1. Ces mondes sont parfois appelés des « *sandbox* » (« bacs à sable », en français), bien que ce terme désigne plutôt un mode de jeu ou une zone spécifique à l'intérieur d'un univers virtuel.

Enfin, nous nous intéresserons dans une troisième partie aux manières dont les invitations, les annonces ou encore les cartes, qui listent, recensent, promeuvent des événements ou indiquent leur déroulement en temps réel, conditionnent les manières par lesquelles les individus s'engagent et sont engagés dans la recherche de sociabilités. Nous expliquerons ainsi que l'invitation et l'annonce permettent à un individu de se coordonner avec les autres utilisateurs selon le régime du « plan » (Thévenot, 2006), grâce notamment à une carte qui géolocalise en temps réel les événements et qui restitue la vie d'un territoire à travers ses initiatives et la densité des participants ; incitant à diverses activités découverte selon une logique d'exploration (Auray, 2011 ; 2016).

## **2. Socialisations forcées et socialisations volontaires dans les univers virtuels en ligne**

### ***2.1. Des socialisations généralement instrumentalisées dans les jeux vidéo***

De nombreuses typologies de styles de jeu ont été élaborées à partir des motivations et des attentes des joueurs ou utilisateurs d'univers virtuels en ligne (Bartle, 2003 ; Whang, 2005 ; Yee, 2006 ; 2016 ; Bearcat, 2007). Certaines proposent de distinguer les « *socializers* » (Bartle, *ibid.*) ou les « *pro-sociaux* » (Berry, 2009), qui caractérisent des joueurs privilégiant la rencontre entre individus et la vie du groupe, des « *killers* », qui visent la performance et la rivalité.

Dans son travail sociologique sur les joueurs de WoW, Vincent Berry (2012) a montré que si un groupe d'avatars dans le monde du jeu peut se constituer autour d'affinités, il arrive également qu'il doive composer avec des inconnus afin de satisfaire la nécessité d'avoir des compétences diversifiées et complémentaires pour mener à terme les missions auxquelles il est confronté. Ainsi, il arrive souvent que les joueurs « se regroupent non pas tant parce qu'ils apprécient telle ou telle personne, mais parce qu'ils ont envie de jouer et de rendre le jeu possible » (Berry, 2009, 516). Dans ce cas, les interactions peuvent être qualifiées de « purement ludiques », parce qu'elles « sont structurées et misent en

forme par le jeu » (Berry, 2012, 73). De fait, ces interactions « seraient très souvent l'expression d'une rationalité en finalité, fondée sur le calcul et la poursuite de l'efficacité » (Rueff, 2011). Si Nicolas Auray considère également que ce type de socialisations est « instrumentalisé » (Auray, 2003), il a montré que certains joueurs, qui se sont longuement investis dans un univers et qui ont tissé des liens forts avec d'autres individus, « basculent » vers des relations amicales lors de périodes de « temps mort » : attente d'un partenaire, attente de son « tour de jeu », etc. (Auray, 2003). Durant ces phases, ils engagent des discussions ou des actions qui les font par exemple « bifurquer vers les goûts musicaux, ou vers le partage d'émotion » (Auray, 2003, 93). Elles sont l'occasion « d'activer des liens "faibles", avec "son prochain", c'est-à-dire des joueurs qui se trouvent conjonctuellement dans le voisinage » (Auray, 2003). Mais, pour Nicolas Ducheneaut et Robert J. Moore, les temps morts sont eux aussi des « structures spatio-temporelles » inhérentes au *gameplay*<sup>2</sup>, qui incarnent des règles (attendre dans un endroit spécifique pour « recharger » la vie de son avatar par exemple) et obligent les individus à se rassembler, à attendre, et à interagir (Ducheneaut et Moore, 2004).

Un autre exemple est celui de *Minecraft*, qui est un dispositif ambigu du fait de sa nature « hybride » (Cayatte, 2014, 213), puisqu'il propose notamment un mode « survie », qui s'apparente à un jeu, et un mode « créatif »<sup>3</sup> qui correspond à un MVCC. Dans le mode créatif, les *builders* (« constructeurs » en anglais) créent de nombreux événements qui sont souvent des « petits jeux » : résolution d'énigmes, de parcours, PvP<sup>4</sup>, etc. De fait, de nombreuses socialisations sont instrumentalisées par des dynamiques ludiques, créent par les utilisateurs eux-mêmes.

---

2. Notion qui « renvoie à la fois à la structure de jeu (*game*) et à l'attitude ludique (*play*) » et qui peut être comprise « comme les modalités d'action laissées au joueur pour agir dans l'oeuvre » (Genvo, 2012).

3. Le mode « survie » est le mode principal et par défaut des joueurs. Le mode « créatif » permet à un utilisateur de construire ce qu'il désire puisqu'il possède des ressources illimitées. Les modes « extrême », « aventure », et « spectateur » n'ont pas de spécificités notables quant à l'intérêt de notre problématique pour être ici détaillés.

4. *Player Versus Player*, soit en français « joueur contre joueur ».

## 2.2. Le désir de socialisation dans les univers virtuels

Les mondes dits « sociaux » ou « *tchats* 3D » tels que *IMVU*, *Twinity*, *Our World*, etc., et les MVCC tel que *Second Life* (SL), reposent principalement sur des socialisations volontaires, puisqu'aucun scénario ni objectif ne régissent la conduite des avatars. Même si les utilisateurs créent parfois des jeux, et que de nombreuses interactions dépendent des échanges marchands qu'ils ont entre eux, la majorité des interactions reposent sur des échanges auto-organisés et sur le désir de socialisation des individus (rapport de la *Social Research Foundation* de 2008<sup>5</sup> ; Boellstorff, 2013, 307 ; Lucas, 2013), que nous pouvons résumer comme la volonté de discuter entre amis ou de rencontrer de nouvelles personnes, sans autre but initial.

Nous distinguons la volonté de rencontrer de nouvelles personnes du mode de participation du *Hanging Out*, tel que décrit par Ito et ses collègues (Ito *et al.*, 2008), bien difficile à traduire, entre retrouvailles, flânerie et causerie. Pour ces auteurs, le *Hanging Out* caractérise des pratiques en ligne d'adolescents lorsqu'ils utilisent « des technologies comme les IM, *Facebook* ou *Myspace* pour passer du bon temps ensemble en discutant » (Heather Horst, cité par Jenkins, 2008), c'est-à-dire prolonger ce qu'ils font « hors ligne », en d'autres termes, « trainer », « retrouver leurs amis », « être eux-mêmes » (« *hang around, meet friends, just be* ») (Bloustein, 2003, 166). Dans son livre *It's complicated*, boyd précise que les réseaux sociaux sont pour beaucoup d'adolescents une manière de « poursuivre » les interactions sociales qu'ils ont durant la journée, mais qu'ils ne peuvent pas continuer avec leurs amis après l'école ; notamment parce que les parents ne les autorisent pas à sortir après une certaine heure (boyd, 2014, 36). Bien que boyd indique que le *Hanging Out* est aussi une manière de rencontrer d'autres adolescents (boyd, 2014, 36), nous considérons que ce mode de participation n'est pas directement orienté vers la recherche de nouvelles personnes.

---

5. « 2008 Second Life Survey », Social Research Foundation.



### 3. « Événements » en ligne et socialisations volontaires

#### 3.1. Des socialisations volontaires au sein d'un collectif : le cas des cérémonies religieuses

Des socialisations volontaires sont observables en marge des scénarios et dynamiques de jeu élaborées par des concepteurs ou des utilisateurs, comme c'est le cas avec les « rituels en ligne » (Heidbrink, 2007). Cette expression désigne des cérémonies créées et élaborées par des joueurs, qui ont lieu en dehors des règles propres au jeu, et auxquelles ils participent via leur avatar (Servais, 2017). Comme le note Olivier Servais à propos de son travail ethnographique dans *WoW*<sup>6</sup>, il peut s'agir, tantôt, d'une « cérémonie entre deux joueurs d'une même guilde, qu'ils qualifient eux-mêmes de "mariage" [...], tantôt [d'une] une célébration collective en mémoire d'un joueur décédé [...], voire [d'une] simple commémoration par sa communauté du départ d'un de ses membres » (Servais, 2017). Dans le cas des mariages, toutes les configurations sont possibles, entre ceux qui se connaissent dans la « vraie vie ou non », ceux qui sont de sexe opposé ou non, ceux qui sont déjà mariés IRL<sup>7</sup> et le font dans *WoW* pour le « fun », ou encore ceux qui font un deuxième mariage dans le jeu (Berry, 2012, 163). Mais, pour Olivier Servais, « la plupart des protagonistes de ces cérémonies partagent [un] objectif de sociabilité, là où d'autres finalités, spirituelles ou religieuses, font l'objet de divergences, voire de polémiques », ce qui se traduit par une dimension rituelle relativement faible lors de ce type de célébrations (Servais, 2017). L'auteur conclut que les cérémonies funéraires, autant que les

---

6. Nous avons pris l'exemple du jeu de *World of Warcraft* pour mettre en exergue des activités qui naissent en dehors du « cadre » du jeu, mais ce type de cérémonies est très répandu depuis la création des premiers environnements virtuels. Le premier mariage en Réalité Virtuelle fut celui de Hugh and Monika Jo, en 1994, dans l'univers virtuel *CyberMind*. En 1996, eut lieu le premier mariage dans le monde virtuel *Active World*. Le 25 mai 2017, Elisa Evans et Martin Shervington se sont mariés dans la plate-forme sociale de Réalité Virtuelle *AltSpaceVR*.

7. IRL signifie « *In Real Life* », soit « dans la vraie vie » en français.

mariages, sont avant tout des manifestations sociales symbolisant l'envie de réunion d'un collectif (Servais, 2017).

### **3.2. Les événements sont des attracteurs pour la rencontre**

En 2010, Tom Boellstorff estimait qu'il y avait plus d'un millier d'événements par jour dans SL (Boellstorff, 2013, 310), même s'il ne distinguait pas les événements ludiques de ceux qui ne l'étaient pas : concerts, expositions (de photos, de peintures, de sculptures en 3D), conférences et tables rondes, rassemblements religieux, jeux et concours divers, etc. Pour l'auteur, un événement dans SL implique une conjonction de « lieu, de temps et de sociabilité » (Boellstorff, 2013, 309). Si un événement dans un univers virtuel doit être une instanciation non réversible, contrairement à ce que la machine informatique permet d'expérimenter ordinairement (Triclot, 2011), nous proposons d'ajouter qu'à défaut d'être défini par la possibilité de son propre débordement (Boullier, 2010), notamment au vu de sa nature technique (Lucas *et al.*, 2012 ; Lucas, 2013, 266)<sup>8</sup>, un événement dans un monde virtuel doit être unique, et ne doit pas être routinier. Il doit être un « moment » particulier (Boullier, 2010, 12). Or, comme Boellstorff le remarque dans SL, malgré l'intérêt qu'il peut susciter par ce qu'il propose, un événement est sans doute la manière d'interagir privilégiée des utilisateurs pour se rencontrer (Boellstorff, 2013, 308). Or, ce n'est pas simplement un prétexte à la rencontre, c'est un attracteur qui va permettre à la rencontre de se réaliser, c'est-à-dire ce par quoi elle se fait.

---

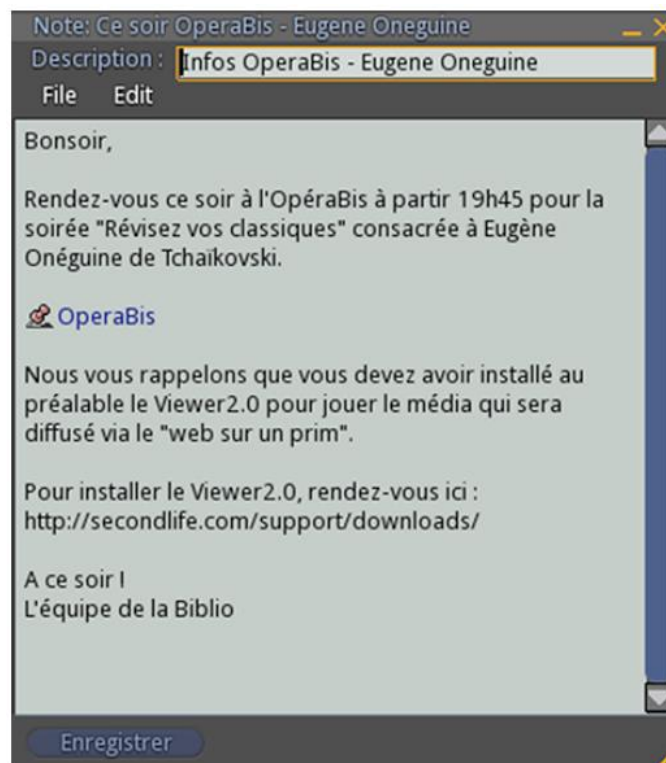
8. Un débordement possible est un « *crash* » du serveur du fait du dépassement de la limite d'avatars autorisée en un même endroit (donc d'une demande trop importante en ressources informatiques par rapport aux capacités du serveur).

#### 4. L'invitation, l'annonce et la carte : trois médiateurs qui conditionnent l'engagement des individus dans leur recherche de socialisation

##### 4.1. L'invitation et l'annonce, médiateurs du régime de l'engagement en plan

Une invitation pour un événement est généralement un message textuel qui est envoyé par mail, par message privé (MP), ou encore par notice (ou *notecard* en anglais) dans le monde virtuel, à une liste de destinataires, individus ou groupes d'individus (*team*, *gilde*, etc.). Elle peut également circuler grâce à une forme de « bouche à oreille » entre avatars, de personne à personne. Elle s'adresse donc à un groupe défini d'individus, souvent restreint, parfois « privé », comme lorsqu'un couple invite ses amis à célébrer leur mariage.

Figure 1 : Invitation sous forme de « note card » reçue dans Second Life pour la représentation du 6 avril 2011 de l'opéra « Révisez vos classiques » consacrée à Eugène Onéguine de Tchaïkovski. © Image prise par l'auteur



L'annonce peut compléter une invitation, dans le cas où l'événement est « public », c'est-à-dire ouvert à tous. Comme pour l'invitation, elle peut être diffusée et distribuée « hors » des limites techniques de l'environnement virtuel, sur un forum ou sur un blog<sup>9</sup>, c'est-à-dire dans l'ensemble des interstices qui constituent le « méta-jeu »<sup>10</sup> (Berry et Brougère, 2002 ; Zabban, 2007), voire même imprimée et affichée dans un lieu de notre quotidien.

Dans le cas d'événements « heureux », les invitations et les annonces qui circulent suscitent de l'attente chez les intéressés : « l'événement est, par définition, médiatique et ne devient événement que dans la mesure où il est connu et parvient à attirer l'attention. Ce qui est affecté, c'est donc bien l'attention » (Boullier, 2010, 49). Le « moment » de l'événement est alors débordé en amont, par les plans de communication qui l'annoncent et en font la promotion. Les invités peuvent donc anticiper, s'organiser, s'adapter, planifier, et sont tous « déjà mobilisés et quasi présents dans l'événement quelques jours ou quelques heures avant l'événement » (Boullier, 2010, 12).

Chaque personne engagée dans ce type d'activité à un projet précis, variable selon le « bien » qu'elle recherche : être spectateur, rencontrer du monde, faire la fête, etc. Chacune a donc un « plan d'action » singulier et va saisir les fonctionnalités et les ressources de l'environnement pour sa réalisation (Thévenot, 2006, 14). Dans ce contexte, les invitations et les annonces sont des médiateurs qui transforment et « mettent en forme » l'individu autant dans sa coordination à autrui pour atteindre son bien, que dans les modalités d'atteinte de l'objectif, à savoir l'événement.

---

9. Nous parlerons d'invitation si l'annonce est diffusée sur un forum à accès restreint.

10. Il serait ici plus judicieux de parler de « méta-monde ».

#### **4.2. La carte du monde pour explorer les socialisations possibles : l'exemple de *Second Life***

Les territoires des mondes virtuels sont généralement représentés par une « carte du monde », qu'il s'agisse d'une carte picturale ou symbolique, ou d'un plan d'une ville comme c'est le cas de certains mondes miroirs qui utilisent *Google Maps* pour renforcer l'analogisme au territoire représenté<sup>11</sup> (Lucas, 2016).

Le monde virtuel de *Second Life* possède une carte du monde<sup>12</sup> qui offre un point de vue zénithal sur l'ensemble de son territoire. Sur cette carte, au niveau de zoom le plus élevé, chaque carré de 256 pixels de côté correspond à un territoire de 256 mètres de côté dans le monde en trois dimensions, soit une « île » ou une « région » dans le vocabulaire de ce monde virtuel. À l'image de l'évolution des propriétés cognitives des cartes (Boullier, 2016), il est possible d'afficher dynamiquement plusieurs couches d'informations sur celle-ci. Différentes icônes signifient la nature et le lieu des événements en cours qui sont répertoriés dans l'annuaire des événements de *Second Life*<sup>13</sup>, et chaque point vert indique la position actuelle d'un avatar connecté.

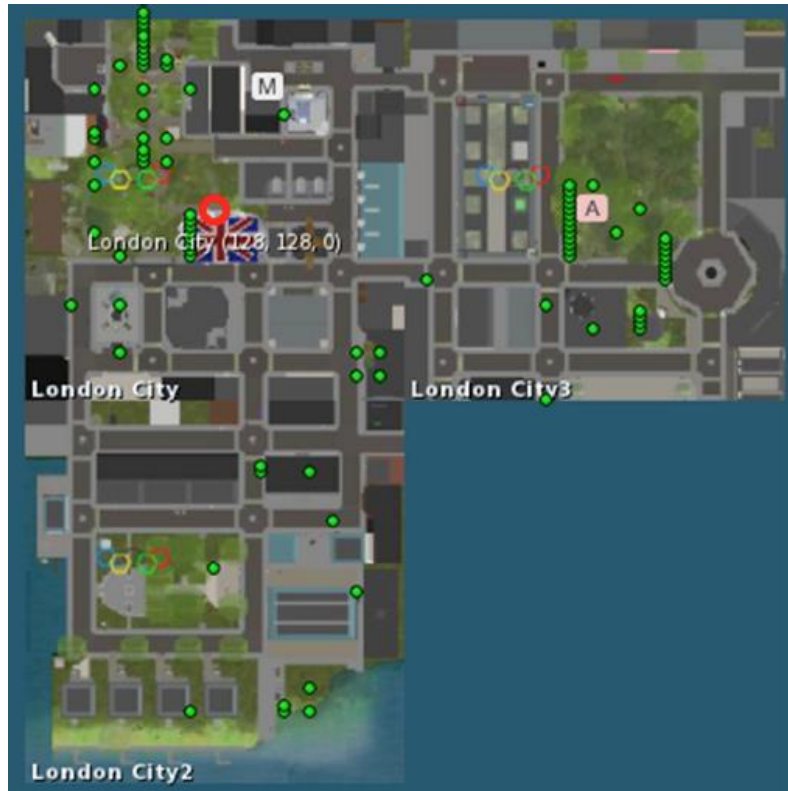
---

11. Voir par exemple *GeoSimPHILLY*, une modélisation de Philadelphie en 3D.

12. Carte du monde de *Second Life*, ici accessible depuis le Web (la même carte est accessible depuis l'interface du monde virtuel) : <http://maps.secondlife.com/>

13. Catalogue des événements de *Second Life* : <http://events.secondlife.com>

Figure 2 : Carte du domaine London City dans SL. Chaque point vert représente un avatar. La lettre « M » dans le carré blanc correspond à un événement de catégorie « Modérée » et la lettre « A » dans le carré rose signifie un événement pour « Adulte ». © Image prise par l'auteur.



Dans *Second Life*, tous les utilisateurs se connectent au même monde, c'est-à-dire qu'ils peuvent se croiser et se rencontrer, tandis que des jeux tels que *World of Warcraft* créent des « instances » d'un même espace en le dupliquant sur différents serveurs pour supporter plus facilement un grand nombre de joueurs connectés au même moment. Cette propriété de l'architecture technique de *Second Life* couplée à la possibilité de géolocaliser chaque événement et chaque individu en temps réel sur une carte permet d'explorer les possibilités pour s'engager et être engagé dans la recherche de relations sociales. Par exemple, ceux qui désirent se

rendre à des événements réservés aux adultes vont localiser les événements de cette catégorie sur la carte en même temps qu'ils vont pouvoir constater leur popularité, sachant que cette dernière information n'est pas disponible en consultant le catalogue des événements sur le site Web du monde virtuel. En ce sens, la carte de *Second Life* permet de révéler le « pouls » (Batty, 2010) d'un événement

Mais, parce qu'elle propose une visualisation totalisante et en temps réel de l'activité du monde grâce à la géolocalisation de chaque avatar, elle révèle des concentrations d'individus. Ainsi, alors qu'un regroupement d'avatars n'implique pas qu'il y ait « événement », il suggère néanmoins aux autres individus qu'il se passe « quelque chose » :

*« Il m'arrive souvent de partir à la recherche d'avatars. C'est un bon moyen [la carte] de rencontrer du monde, de découvrir de nouvelles personnes. Tu regardes où il y a du monde sur la carte, et tu y vas. C'est aussi simple ». Yboha<sup>14</sup>.*

Parce qu'elle géolocalise en temps réel les avatars dans l'espace et permet de détecter des concentrations, la carte de *Second Life* agit comme médiateur du phénomène de « gravité sociale », que Pavel Curtis définit comme la propension des individus à être attirés par des zones peuplées (Curtis, 1992). Dès lors, la carte de l'activité du monde en temps réel permet d'« explorer » les « opportunités interactionnelles » qui s'offrent à chaque utilisateur, par « tâtonnements », « hésitations » (Auray, 2011 ; 2016), ou encore par succession d'essais-erreurs. En effet, chaque individu peut tenter sa chance de multiples fois en se téléportant d'événement en événement de manière quasi instantanée :

*« Quand je m'ennuie, je regarde ce qu'il se passe dans le monde [via la carte] et je vais voir. En général, je vais où il y a de la musique, c'est là que tu rencontres du monde. Des fois tu fais des rencontres, des fois il ne se passe rien non plus ». Charlibix.*

---

14. Entretiens réalisés dans le cadre de notre travail doctoral sur les processus de l'immersion et de l'habiter dans les mondes virtuels (Lucas, 2013).

Ainsi, comme le notent Auray et Vétel lorsqu'ils étudient le « régime d'engagement exploratoire » que les joueurs adoptent dans le jeu vidéo *Dofus* (Auray, 2016), on pourrait croire qu'il s'agit du mode d'engagement en plan, puisque les individus sont à la recherche de relations sociales. Or, « il y a une particularité d'usage réel qui subsiste en permanence », caractérisée par des « bifurcations d'exécution » (Auray, 2016, 118), qui permet aux individus de bénéficier des propriétés de la carte et de l'immédiateté du numérique pour s'engager et être engagés dans un « régime d'exploration curieuse » (Auray, 2016, 120) afin de tirer parti des possibles du monde virtuel, c'est-à-dire de papillonner d'un événement à l'autre, d'une relation à l'autre.

## 5. Conclusion

Des socialisations volontaires ont lieu lors de cérémonies religieuses et d'événements culturels dans les jeux vidéo en ligne et les mondes virtuels. Or, ces rassemblements sont souvent un prétexte à la rencontre de « l'autre », qui est ici appréhendée comme un but à atteindre reflétant le désir de socialisation de nombreux individus dans les mondes virtuels. Cet objectif n'est cependant pas le fruit de l'unique volonté d'une personne, car il est dépendant de la coordination d'un grand nombre d'acteurs et de certaines médiations.

L'invitation à un événement et son annonce vont ainsi participer à sa production, en amont du « moment » durant lequel il doit se « tenir ». Leur diffusion met en « forme » les corps, comme lorsqu'il est préférable de trouver un déguisement pour son avatar, ainsi que les esprits des individus en focalisant leur attention sur un moment précis à venir. De la sorte, parce qu'il planifie et coordonne son action en fonction des ressources du dispositif technique, mais aussi par rapport aux autres membres d'un collectif, l'individu est engagé selon un « plan » (Thévenot, 2006) qui doit lui permettre d'atteindre son objectif.

À l'inverse, une carte représentant l'étendue du territoire d'un monde généré par ordinateurs, et spécifiquement une carte dynamique qui géolocalise en temps réel les événements en cours et les utilisateurs connectés, permet aux individus d'adopter un régime d'engagement



exploratoire (Auray, 2011 ; 2016), dans la mesure où ces derniers vont tirer parti de ce médiateur pour explorer les sociabilités potentielles. Dans ce cas, l'individu n'a pas de plan d'action, il « bifurque » d'opportunité en opportunité, de façon plus spontanée et disponible.

L'invitation, l'annonce et la carte sont des médiateurs qui permettent à l'individu d'agir et qui le font agir selon des régimes d'engagement différents. Elles produisent des formes d'expériences singulières et permettent aux individus d'adopter des « trajectoires de participation » (Ito *et al.*, 2009) spécifiques qui vont modifier la relation aux autres, donc au monde virtuel. Étudier les socialisations en ligne, qu'elles soient instrumentalisées ou volontaires, implique d'étudier, au-delà de la prise en compte du désir des individus, la manière dont chaque propriété du monde, de son *gameplay* autant que de son interface, conditionne leurs natures et les régimes par lesquels les individus s'engagent et sont engagés dans celles-ci.

## **Bibliographie**

- Akrich Madeleine, Callon Michel, Latour Bruno (éd.) (2006). *Sociologie de la traduction : textes fondateurs*, Paris, Mines ParisTech, les Presses, « Sciences sociales ».
- Auray Nicolas (2003), L'engagement des joueurs en ligne : ethnographie d'une sociabilité distanciée et restreinte. *Les Cahiers du numérique*, vol. 2, n° 4, pp. 83-100.
- Auray Nicolas (2011). Les technologies de l'information et le régime exploratoire. *La sérendipité, le hasard heureux*. Paris, Hermann, pp. 329-343.
- Auray Nicolas (2016). *L'alerte ou l'enquête : Une sociologie pragmatique du numérique*, Paris, Presses de l'École des mines.
- Bartle Richard A. (2003). *Designing virtual worlds*, New Riders Publishing.
- Batty Michael (2010). The Pulse of the City. *Environment and Planning B: Urban Analytics and City Science*, vol. 37, Issue 4, pp. 575-577.
- Bearcat Irvin (2007), Les mondes virtuels. Données générales. *Culture d'univers. Jeux en réseau, mondes virtuels, le nouvel âge de la société numérique*. Limoges, FYP, pp. 40-46.

- Berry Vincent (2009). *Les cadres de l'expérience virtuelle : Jouer, vivre, apprendre dans un monde numérique. Analyse des pratiques ludiques, sociales et communautaires des joueurs de jeux de rôles en ligne massivement multi-joueurs : Dark Age of Camelot et World of Warcraft*. Thèse en Sciences de l'éducation, Université Paris 13 - Villetaneuse.
- Berry Vincent (2012). *L'expérience virtuelle. Jouer, vivre, apprendre dans un jeu vidéo*, Rennes, Presses universitaires de Rennes, Collection « Paideai ».
- Berry Vincent, Brougère Gilles (2002). Play and Virtual Communities. *Actes du colloque Internet, jeu et socialisation*, Paris, Groupe des Ecoles des Télécommunication.
- Bloustein Gerry (2003). *Girl Making: A Cross-Cultural Ethnography on the Processes of Growing Up Female*, New York and Oxford, Berghahn Books.
- Boellstorff Tom (2013). *Un anthropologue dans Second life: Une expérience de l'humanité virtuelle*, Louvain-la-Neuve, Academia-l'Harmattan, Anthropologie prospective. Traduction et révision scientifique par Dhen Grégory et Servais Olivier avec la collaboration de Guy Monfort, *Coming of Age of Second Life: An Anthropologist Explores the Virtually Human*, Princeton, Princeton University Press, 2010.
- Boullier Dominique (2010). *La ville-événement : foules et publics urbains*, Paris, PUF, La ville en débat.
- Boullier Dominique (2016). *Sociologie du numérique*, Paris, Armand Colin.
- Cayatte Rémi (2014). Where Game, Play and Art Collide. *Understanding Minecraft. Essays on Play, Community and Possibilities*, Jefferson (NC), McFarland & Company.
- Curtis Pavel (1992). Mudding: Social Phenomena in Text-Based Virtual Realities, *Proceedings of Conference on Directions and Implications of Advanced Computing*, Berkeley.
- Ducheneaut Nicolas, Moore Robert J. (2004). The social side of gaming: a study of interaction patterns in a massively multiplayer online game, *Proceedings of the ACM Conference on Computer-Supported Cooperative Work (CSCW 2004)*, 6-10 novembre 2004, Chicago IL, USA, NY : ACM, pp. 360-369.
- Genvo Sébastien (2012). Comprendre et développer le potentiel expressif. *Hermès, La Revue*, vol.1, n° 62, pp. 127-133.
- Heidbrink Simone (2007). Exploring the religious framework of the digital realm. Offline-Online-Offline transfers of ritual performance. *Masaryk University Journal of Law and Technology*, vol. 1, n° 2, pp. 175-184.

- Ito, Mizuko, Baumer, Sonja, Bittanti, Matteo [et al. ] (2009). *Hanging Out, Messing Around, and Geeking Out: Kids Living and Learning with New Media*, Cambridge, MA, London, England, The MIT Press.
- Jenkins Henry (2008), "Hanging Out, Messing Around, Geeking Out": A Conversation with the Digital Youth Project (Part One), 21 novembre 2008, [http://henryjenkins.org/2008/11/hanging\\_out\\_messing\\_around\\_gee.html](http://henryjenkins.org/2008/11/hanging_out_messing_around_gee.html)
- Lucas Jean-François (2013). *De l'immersion à l'habiter dans les mondes virtuels. Le cas des villes dans Second Life*. Thèse en Sociologie, Université de Rennes 2.
- Lucas Jean-François, Cornish Tracy, Margolis Todd (2012). To a cultural perspective of mixed reality events: a case study of event overflow in operas and concerts in mixed reality. *New Review of Hypermedia and Multimedia*, Special Issue: Cultures in Virtual Worlds, vol.18, Issue 4.
- Lucas Jean-François (2016), Modélisation et Simulation de la ville. Le cas des villes virtuelles en 3D, in Musso Pierre (ed.), *Imaginaire, Industrie, Innovation*, Actes du colloque de Cerisy, 21-28 septembre 2015, Cerisy-la-Salle, Manucius.
- Pfeffer Aurélien, Wang Lingyun, Beau Frank (2007). L'économie des détresseurs de monstres. *Culture d'univers. Jeux en réseau, mondes virtuels, le nouvel âge de la société numérique*. Limoges, FYP, pp. 198-220.
- Rueff Julien (2011), Socialisation et reconnaissance dans les jeux de rôles en ligne. *Communiquer à l'ère numérique : regards croisés sur la sociologie des usages*, Paris, Transvalor/Presses de l'École des Mines, sciences sociales, pp.157-188.
- Servais Oliver (2012). Autour des funérailles dans World of Warcraft. *Ethnographie entre religion et mondes virtuels. Mutations des religions et identités religieuses*, Mame-Desclée, pp.231-252.
- Servais Oliver (2015). Cérémonies de mariage dans *World of Warcraft* : Transfert rituel ou institution collective ?. *tic&société*, vol. 9, n° 1-2.
- Servais Olivier (2017). Cérémonies funéraires dans World of Warcraft. Révélateur des sociabilités en ligne ?. *Frontières*, vol. 28, n° 2.
- Thévenot Laurent (2006). *L'Action au pluriel. Sociologie des régimes d'engagement*, Paris, La Découverte.
- Triclot Mathieu (2011). *Philosophie des jeux vidéo*, Paris, Zones.
- Whang Sang-Min (2005), Youth culture in Online Game World : Emergence of cyber lifestyles in Korean Society HIV / AIDS. *Youth in Transition : The Challenges of Generational Change*, Bangkok, UNESCO Bangkok, pp. 95-115.
- Yee Nick (2006). The Psychology of MMORPGs: Emotional Investment, Motivations, Relationship Formation, and Problematic Usage. *Avatars at*

*Work and Play: Collaboration and Interaction in Shared Virtual Environments*,  
Londres, Springer- Verlag, pp. 187-207.

Yee Nick (2016). Gamer Motivation Profile Findings. #GamesUR US Conference.

Zabban Vinciane (2007). Le jeu des médiations au service de la mise en tension  
des "univers virtuels". *Réseaux*, vol. 4, n° 143, pp. 45-79.