



HAL
open science

Imaginaires des professionnels de la culture sur VRChat : du design d'expérience au design d'expérience de vie

Sophie Balcon Fourmaux, Marie Ballarini

► To cite this version:

Sophie Balcon Fourmaux, Marie Ballarini. Imaginaires des professionnels de la culture sur VRChat : du design d'expérience au design d'expérience de vie. *Revue de Recherches Francophones en Sciences de l'Information et de la Communication*, 2023. hal-04279160

HAL Id: hal-04279160

<https://hal.science/hal-04279160v1>

Submitted on 29 Oct 2024



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.



Distributed under a Creative Commons Attribution - NonCommercial - NoDerivatives 4.0
International License

Imaginaires des professionnels de la culture sur VRChat : du design d'expérience au design d'expérience de vie

Sophie Balcon Fourmaux  et Marie Ballarini 

 Résumés /  Notes /  Texte /  Bibliographie /  Index /  Table des matières /  Citation

≡ Résumés

Résumé

L'article présente une étude exploratoire de la production culturelle et des imaginaires des créateurs et des artistes dans les mondes de VRChat. Nous questionnons les critères utilisés par les créateurs pour concevoir le développement de leur storytelling environnemental et leur impact sur les interactions sociales des utilisateurs de VRChat. Nous utilisons une méthodologie mixte qui comprend des entretiens semi-directifs et des analyses d'échanges lors d'ateliers de travail. Les résultats indiquent que les publics de VRChat sont rarement évoqués spontanément, mais leur existence est mentionnée sur deux points : les actions et les traces qu'ils peuvent produire dans l'environnement numérique, ainsi que leur différence d'attitude en fonction de leur familiarité avec la plateforme.

Abstract

The article presents an exploratory study of the cultural production and imaginaries of creators and artists in the worlds of VRChat. We question the criteria used by creators to design the development of their environmental storytelling and their impact on the social interactions of VRChat users. We use a mixed methodology which includes semi-structured interviews and analyzes of exchanges during workshops. The results indicate that VRChat audiences are rarely mentioned spontaneously, but their existence is mentioned on two points: the actions and traces they can produce in the digital environment, as well as their difference in attitude according to their familiarity with the platform.

Mots-clés : Culture, métavers, pratiques professionnels, technologies immersives, VRChat

Keywords : Culture, immersive technologies, metaverse, professional practices, VRChat

Table des matières

1. Introduction
2. Cadre épistémologique
3. Mise en problématique et hypothèses
4. Méthodologie
5. Résultats
 - 5.1. Les publics de VRChat vu par les auteurs, producteurs et créateurs d'expérience sur VRChat
 - 5.2. Les leviers des designs de l'expérience
 - 5.3. Les expressions du design de l'expérience de vie
6. Conclusion

Introduction

Créer son propre musée, aller à un concert sous la forme d'une baleine à jambes de robot, aller dans une boîte de nuit et danser sous forme d'un avatar conçu comme un NFT, tout cela est possible sur les mondes de VRChat. VRChat connaît un succès croissant depuis son lancement sur la plateforme Steam en 2017, auprès de ses publics, mais aussi auprès des artistes et d'institutions culturelles. La plateforme se présente comme la préfiguration d'un métavers en réalité virtuelle (VR^[1]), et s'inscrit dans la filiation de « Second Life ». Comptant en moyenne 16 000 visites chaque jour, VRChat reste une plateforme de niche. Ses usages, et donc ses pratiques, sont encore émergents (Jouët 1993). Toutefois, face aux investissements massifs des géants du web, la multiplication des « métavers » et la baisse des coûts de l'équipement informatique nécessaire, ces plateformes vont progressivement devenir accessibles au grand public. Nous proposons ici une étude exploratoire de la production culturelle et des imaginaires des créateurs et des artistes dans ces mondes.

Pour P. Fuchs (2018), la réalité virtuelle renvoie à une expérience multisensorielle générée par un dispositif informatique, qui permet à son utilisateur d'exister et d'interagir dans un environnement numérique. Et selon McVeigh-Schultz, Kolesnichenko, et Isbister (2019), une plateforme de VR sociale se définit par un ensemble d'applications multi-utilisateurs qui permettent aux personnes d'interagir avec les autres dans des espaces virtuels par l'intermédiaire d'un casque VR. Elle se présente comme un monde persistant, spatialisé, qui évolue en temps réel. Cela permet une expérience non linéaire aux utilisateurs, sans limites de temps.

Ce qui distingue VRChat de Second Life^[2], est lié aux caractéristiques inhérentes aux technologies de réalité virtuelle. Sensation de présence et logiques d'immersion (Bonfils 2014) (Amato 2014) propulsent les participants dans un environnement numérique ouvert qui propose une très large variété d'activités. Aussi, artistes, producteurs et designers d'expériences culturelles en VR ont investi ces champs de création.

Les contenus culturels créés au format VR se révèlent être des biens d'expérience (Shapiro 1983) dont la valeur d'usage est incertaine, et ils sont intégrés au sein d'une plateforme de VR sociale qui par sa structure a déjà son propre design d'interaction et ses communautés ont leurs propres pratiques.

Ces créations peuvent être de deux types :

- une création culturelle existante en amont qui est insérée et proposée sur la plateforme VRChat.

Pour exemples : Sculpture Expérience de Art of Corner, ou Inferno de Pierre Friquet.

- une création culturelle spécifiquement développée pour son intégration et sa diffusion sur VRChat.

Pour exemples : Festival Venise VR, Concert de Jean Michel Jarre (fête de la musique 2020, concert du Nouvel An à Notre-Dame de Paris, le 31 décembre 2020.)

Cependant, ces dispositifs culturels développés aux formats de réalité virtuelle se caractérisent comme de nouvelles technologies d'information et de communication et se révèlent émergents du point de vue de leurs intégrations sociotechniques (Flichy [1995] 2017).

Cadre épistémologique

Pour les commanditaires des institutions culturelles, le développement de médiations aux formats numériques a trois objectifs (Doyen et Lebat 2019).

Le premier objectif selon les autrices est de transmettre des savoirs : les dispositifs de médiation numérique permettent une expérience cognitive favorisant différentes formes d'appropriation par les visiteurs. L'aspect ludique associé à ces dispositifs numériques constitue un levier de facilitation de la transmission. Le second objectif s'inscrit dans les intentions « de partage et d'engagement » de la part des publics. Les dispositifs numériques peuvent favoriser l'expérience sociale des visiteurs. Le but étant d'élargir les publics, de favoriser les échanges et le dialogue entre les institutions et les

visiteurs. Enfin, le troisième objectif est « la transmission des émotions » en favorisant la création de dispositifs numériques expérientiels pour les visiteurs portant un caractère « unique, hors du commun et novateur ».

Les principales caractéristiques des environnements conçus au format VR correspondent théoriquement à ces objectifs institutionnels.

L'expérience d'incarnation et d'immersion dans les environnements proposés en réalité virtuelle amène les utilisateurs à ressentir de façon particulièrement vivante les sensations et les émotions. Les participants interagissent activement avec le design expérientiel proposé (Bonfils 2014) (Amato 2014). Une des spécificités de ces espaces socionumériques en réalité virtuelle est que le sens se construit au cours de l'action, parce que l'utilisateur évolue dans un environnement sociospatial et sociotemporel en train de se faire. Les participants à ces expériences n'ont pas seulement un rapport à l'interface numérique fonctionnant sur la construction de représentations. Ils s'appuient également sur des rapports d'ordre physique, physiologique et psychologique qui sont ressentis comme réels par l'intermédiaire de l'interface en trois dimensions. Les leviers interactionnels de ces interfaces en VR se structurent également dans l'épaisseur des relations spatiales, sonores et haptiques, le tout évoluant en temps réel.

Aussi, l'expérience vécue par le participant est placée au cœur même de la conception du dispositif culturel proposé en réalité virtuelle, comme c'est le cas pour les dispositifs et les œuvres immersives présentées sur VRChat. La dimension incarnée de l'expérience en VR amène à dépasser la simple relation à l'interface numérique ou au « design utilisateur ».

Nous avons recours à la distinction entre design d'expérience et de design d'expérience de vie, comme cela a été défini par P. Laudati et S. Leleu-Merviel (2019). Avec la notion de design d'expérience, les interfaces numériques sont envisagées comme des objets sensibles qui permettent aux individus d'interagir avec leur environnement social, en contexte spatial et temporel, qui ouvrent sur « des manières de faire » (de Certeau 1990) pour les utilisateurs. Au-delà, avec la notion de design de l'expérience de vie, les auteures opèrent un glissement du concept de design de l'expérience par l'usage d'un dispositif (avant tout fonctionnel) vers un design de l'expérience par les pratiques dans un contexte sociospatial (et temporel) donné, ce qui nous aide à saisir les dimensions dynamiques de l'expérience vécue par les participants sur les dispositifs de VR sociale. Les pratiques des participants renvoient ici à une expérience de vie qui se traduit par différentes formes d'appropriation de ce contexte : pas seulement fonctionnelles, mais aussi perceptives, cognitives, symboliques, affectives et émotionnelles. Selon les autrices, cet espace numérique perçu devient le

lieu vécu d'une expérience socioculturelle et fait émerger un sentiment ce lieu. Cela les amène à distinguer deux types d'expériences de vie selon le statut de l'utilisateur et le statut du lieu : soit l'expérience d'habiter, soit l'expérience de visite. L'expérience d'habiter consiste à être dans l'espace et se mettre en relation avec celui-ci. Cela peut-être un lieu public, semi-public ou privé. Dans cette situation, l'utilisateur a une quotidienneté de pratiques. Le fait d'habiter implique la régularité et la continuité des usages, ce qui permet une appropriation affective, de donner un sentiment d'enracinement, et de forte familiarité. L'expérience de visite quant à elle, est liée à la pratique occasionnelle, par choix ou par nécessité du participant, les participants ont moins d'habitudes, moins de pratiques structurées, ils sont moins, ou pas familiers des lieux.

Les travaux de J. Mc Veigh Shultz et al. (2018 ; 2019) sur les plateformes de VR sociales, et plus spécifiquement sur les caractéristiques de VRChat, nous permettent de mettre en évidence une transposition intéressante avec l'analyse du design de l'expérience de vie proposée par P. Laudati et S. Leleu-Merviel en particulier la compréhension et la méthodologie d'analyse des modes d'existence dans les environnements immersifs. Il apparaît que les concepteurs d'expériences pour cet espace virtuel social élaborent leurs designs d'expérience en construisant une sorte d'architecture comportementale de l'environnement numérique, ce que nous nommons par la suite le « storytelling environnemental ». Cette architecture est pensée pour susciter une adhésion cognitive et émotionnelle. Elle est censée inciter les utilisateurs à adopter des comportements socialement et culturellement intégrés par ailleurs. Par leurs actions et leurs interactions entre eux, l'espace virtuel social devient un lieu de sociabilités en transposant ou en construisant de nouvelles pratiques.

VRChat est ainsi le lieu où l'on s'attend à observer le glissement du concept de design de l'expérience par l'usage d'un dispositif vers le concept de design de l'expérience de vie par ses usages et ses pratiques qui en découlent, dans un contexte sociospatial et sociotemporel donné.

En comparant différents réseaux sociaux en VR, comme Horizon de Méta, RecRoom, ou Altspace par exemple, McVeigh Schultz et al. (2018 ; 2019) mettent en évidence ce qui distingue VRChat d'autres types de plateformes de VR sociales : ce modèle repose sur la liberté pour tout et pour tous (« free for all »). Cela se traduit concrètement par un monde totalement ouvert, que ce soit pour les déplacements sur n'importe quel programme de la plateforme, ou que cela soit pour la possibilité de faire connaissance avec tous les participants qui peuplent la plateforme. En effet, contrairement à d'autres réseaux sociaux en VR : les contacts sociaux ne sont pas circonscrits aux cercles

d'amis ou de relations. La régulation de l'espace personnel est confiée aux utilisateurs, à eux de définir comment et avec qui ils veulent rentrer en contact et comment préserver leurs propres espaces personnels.

Enfin, si à notre connaissance, aucune étude ne permet de connaître quels sont les profils des utilisateurs de VRChat, concernant les profils des utilisateurs de contenus en réalité virtuelle, quelques statistiques existent. Petrov (2021) constate que ces publics sont composés d'une majorité d'hommes entre 15 et 34 ans, dont la principale motivation est de jouer aux jeux vidéo en VR. Une étude du CNC (2019) et les travaux de Kelley (2021) montrent également une préférence pour un usage collectif et social de la VR. Les utilisateurs cherchent à se divertir et à exprimer leur identité. Le bénéfice principal était de pouvoir établir des relations avec les autres, et de tisser des liens communautaires au-delà du réseau familial et amical. Le but de l'utilisation de VRChat est de se divertir et de trouver un lieu où il est possible d'exprimer son identité.

Mise en problématique et hypothèses

Notre interrogation porte sur les critères prévalant pour les créateurs de contenus culturels pour concevoir le développement de leur *storytelling environnemental*, et leur façon d'envisager les conséquences sur la facilitation des interactions sociales pour les utilisateurs de VR Chat.

Cela nous semble en effet essentiel pour mieux comprendre : d'une part, leurs propres pratiques professionnelles ; et d'autre part pour en cerner la portée sur les usages que peuvent en faire les participants sur VR Chat.

Dans cette étude exploratoire, nous avons formulé trois hypothèses :

- Les créateurs d'expériences culturelles imaginent les participants à la plateforme VRChat à partir de ce qui est connu des publics considérés comme majoritaires dans l'utilisation des technologies de réalité virtuelle.
- Le design de l'expérience est envisagé à partir de leviers sociaux (participatifs), cognitifs et émotionnels communs à tous les participants imaginés par les concepteurs.
- Les créateurs donnent la charge à leurs participants d'incarner par leurs actions et leurs interactions sociales, le design de l'expérience de vie à partir des éléments de design d'expérience qu'ils ont développés dans leur création.

Méthodologie

Nous avons choisi d'appliquer une méthodologie mixte, comprenant une approche qualitative par entretiens semi-directifs et une analyse des échanges lors d'ateliers de travail. Ce cadre méthodologique nous permet de questionner les professionnels du secteur : des auteurs, producteurs et concepteurs de créations culturelles sur VRChat.

Notre corpus en l'état actuel est composé de deux sessions d'observation participante au cours d'ateliers de travail aux assises de la XR « Immersivity » dédiées aux professionnels des narrations immersives à Angoulême en octobre 2021 :

- Un atelier sur le storytelling de la VR sociale ;
- Un atelier sur le développement des environnements narratifs.

Il est également composé d'entretiens semi-directifs qui se sont déroulés soit en face à face soit par visioconférence lorsque les interlocuteurs étaient éloignés, ou que les circonstances sanitaires nous l'ont imposé.

- 1 entretien lors du forum New Image en juin 2021 ;
- 8 entretiens depuis novembre 2021.

Résultats

Les publics de VRChat vu par les auteurs, producteurs et créateurs d'expérience sur VRChat

Les représentations que les auteurs, les créateurs et les producteurs (dont nous préservons déontologiquement l'anonymat) sont très différentes en fonction du contexte de recueil de leurs paroles.

Dans les ateliers de travail, spontanément, les publics eux-mêmes sont rarement évoqués et la réception des œuvres par les publics de VRChat n'est pas ou peu évoquée. Les discours spontanés portent sur les conditions et les circonstances de création des œuvres immersives. Lorsque la création est une commande, la réflexion porte sur le cahier des charges du commanditaire, et les difficultés liées à ses attentes au regard des difficultés techniques et financières pour y répondre. Les dimensions de l'architecture comportementale sont évoquées sur des aspects très techniques, concernant essentiellement le poids de la programmation et les capacités d'accueil et/ou d'activités des visiteurs en simultané.

Lorsque les publics sont évoqués, c'est essentiellement par leurs actions et les traces qu'ils peuvent produire dans l'environnement numérique (utilisation de l'acronyme UGC pour « user generated content »). Cette existence du public est le plus généralement

évoquée sur deux points : d'une part en faisant référence au débridement comportemental des participants, qui s'exprime par exemple par la perturbation de l'événement avec des attitudes d'agitateur ou l'adoption d'avatars provocateurs, ou encore la recherche des failles du système informatique pour en perturber le cours, voire le démanteler. Et d'autre part, en conséquence logique par le nécessaire « lâcher-prise » des créateurs face à la façon dont les participants s'emparent du design comportemental qu'ils ont développé (voir le point 2 : les leviers du design d'expérience). Le débridement comportemental est contrecarré par des solutions techniques internes à la plateforme VRChat, ou par l'intégration de solutions de contrôle des avatars. Cet aspect du contrôle n'est pas d'ordre moral ou éthique, mais répond aux demandes des commanditaires.

Dans les entretiens que nous avons pu réaliser, d'une manière générale, créateurs, auteurs et producteurs perçoivent leur public comme masculin et plutôt jeune, comme l'ont mis en évidence les travaux de Kelley (2021), mais ils l'évaluent également en fonction de leurs propres pratiques ou en fonction de leurs attentes.

Lorsque cette évaluation est issue de leurs propres pratiques de VRChat, les publics sont définis selon des critères qui leur pose un problème : pour P, le public est considéré comme « incel »^[3], pour M, c'est un public masculin qui perpétue le colonialisme culturel, pour Y ou C, ce sont des chasseurs de sexe, qu'ils les perçoivent très jeunes ou plus âgés. Li, une productrice, après avoir décrit une majorité des participants comme jeunes, et agités, s'oriente vers ses propres centres d'intérêt et nous explique que : « Il y a beaucoup de, vous savez, il y a certains des grands espaces que vous verrez au début dont beaucoup sont horribles. Vous allez dans un espace public et un adolescent vous saute dessus, vous terrasse ou autre. Donc, comme partout dans le monde, vous choisissez où vous allez et avec qui vous y allez. [...] Et puis il y a toutes sortes de VRChat. Il y a toutes sortes de communautés. Donc, par exemple, il y a des communautés incroyables sur VRChat comme il y a une communauté en langage des signes, que vous connaissez probablement qui est totalement incroyable. Il y a des communautés de danse, il y a des gens qui méditent et font différents types d'activités, vous savez, des activités physiques ou de bien-être »*[Sic]*^[4].

Lorsque cette évaluation est issue de leurs attentes, les participants sont considérés comme un tout jeune public à conquérir (Lo), ou comme un public international essentiellement issu de communautés de gamers, comme nous le décrit F : « Alors, les profils, là, l'intérêt d'une solution comme VRChat, c'est d'avoir finalement des gens du monde entier et des gens finalement avec des profils complètement différents, peut avoir des gens qui s'intéressent au gaming, des gens qui viennent et qui s'intéressent,

qui sont curieux de voir des expériences un peu singulières sur VRChat... C'est vrai qu'à priori, ce sont des gens d'abord issus du gaming qui pourront aller vers des visites guidées avec des environnements art, culture, patrimoine, mais dans un second temps, voilà » [Sic].

Les leviers des designs de l'expérience

Nous nous intéressons aux choix de design qui organisent le *storytelling environnemental* des expériences culturelles proposées sur VRChat. Il apparaît que les concepteurs imaginent des architectures comportementales qui sont censées être : apaisantes, fédératrices, drôles, festives, simples d'utilisation et intuitives pour les participants, ce qui correspond aux caractéristiques mises en évidence par McVeigh-Schultz et al., lorsqu'ils évoquent la création de leviers d'adhésion émotionnelle. Une de leurs préoccupations est de proposer un parcours non linéaire dans l'environnement numérique. L'objectif est d'éviter que les participants ne s'ennuient, en les incitant à poursuivre l'activité proposée. Pour y parvenir, les concepteurs ont recours à des éléments d'architecture qui évoquent des référentiels sensoriels et émotionnels communs à tous les participants.

Les lieux de convivialité comme les bars, les cœurs de cité avec des parcs apaisants, plages et feux de camp (pour exemples) sont créés et développés pour favoriser le sentiment d'appartenance à un lieu dont les codes sociaux sont connus, communs et partagés. Ils s'appuient également sur des références culturelles communes en créant des environnements numériques issus notamment de la culture populaire musicale ou cinématographique. De plus, les créateurs et développeurs pensent des parcours dans l'environnement numérique permettant les rencontres et les interactions entre les participants, des sas avec des connexions logiques entre ces lieux de vie permettant les rencontres autour d'activités, ce que Mc Veigh-Schulz et al. appellent les « tampons sociaux ». P, auteur-créateur décrit que : « Ces 20, 30 secondes de voyage de transport vers l'endroit principal, et ben les gens peuvent, du coup, n'ont pas le choix que de se parler, on peut être vraiment assis en plus... c'est plus simple. [...] En fait, pour créer ces enjeux, dans les groupes de parole, c'est aussi des couleurs chaudes, mais aussi des lieux familiers. En fait, c'est aussi des lieux sur l'imagerie, en fait, de faire un pique-nique dans un parc qui représente les choses vraiment dans la réalité, en fait. Ou alors un lieu qui est un truc de la pop culture, en fait un peu dans des jeux vidéo, dans des films d'animation. [...] Reproduire ça dans des lieux, justement, où il y a une connaissance commune, en fait, du lieu, alors qu'on pense partir l'inconnu, mais voilà qu'on recrée, je sais pas. [...] Tu vois ce que je veux dire après quoi, mais les lieux comme ça qui est familier et donc du coup, le lieu en 3D en fait, il est plus une nouvelle

information visuelle, mais en fait plutôt un souvenir et voire même, on va dire une promesse, voir... on peut être dans ce jeu, alors qu'avant, on l'a vu en film quoi, han... voilà » *[Sic]*.

L'architecture comportementale, soit le design de l'expérience se crée bien sur des référentiels qui puisent dans les répertoires sociaux et culturels communs tels que les envisagent les créateurs, concepteurs et producteurs de ces expériences sur VRChat.

Pour dynamiser l'expérience des participants, au-delà de l'architecture comportementale favorisant les rencontres sur des codes socioculturels communs partagés, les créateurs s'appuient également sur les potentialités offertes par l'interface numérique au niveau de l'interactivité, des potentialités multi-utilisateurs offertes spécifiquement par la plateforme VRChat, tout en intégrant les potentialités de dimension incarnée de l'expérience en réalité virtuelle. Ils ponctuent l'expérience culturelle organisée et contrainte dans un espace défini par des microactivités qu'ils qualifient de ludiques, funs ou régressives, voire à contre-courant des attendus comportementaux, apportant un caractère disruptif au regard des profils supposés/cibles des participants, M nous explique les motivations de cette pratique spécifique et nous donne des exemples : « En fait, on va mettre des éléments de jeu et d'interactions qui vont attirer un public plus actif et moins passif. Parce que en fait dès qu'on s'adresse à des personnes qui ont plus de 40 ans en général et qui vont dans VRChat, elles n'ont pas trop envie d'être très actives. C'est plutôt des personnes qui sont habituées à du contenu passif [...]. Dès qu'on s'adresse à des personnes plus jeunes, si c'est des personnes qui ont besoin d'être plus réactives et c'est un peu mon cas, moi aussi j'aime bien avoir beaucoup d'interactions, des choses à faire, et là, et bien nous, on essaie de mettre ce qu'on appelle des "Easter Eggs", donc des petits mécanismes d'interaction ou des petits mécanismes un peu rigolos. On va prendre une canette, ça va changer la couleur du monde... mais qui peut en fait, voilà... mettre des crayons avec lesquels on peut dessiner... tout ce qui peut d'apporter un peu de vivant au monde virtuel, on le met, parce qu'on trouve que c'est un bon moyen pour les personnes de socialiser ensemble et de vivre des souvenirs un peu sympas » *[Sic]*.

Une autre dimension directement liée au design de l'expérience est également apparue au fil des entretiens menés auprès des artistes, concepteurs d'expériences culturelles sur VRChat. Lorsque nous les avons interrogés sur leurs motivations pour le choix de cette plateforme de VR sociale, ils ont tous évoqué les critères de liberté caractérisés par Mc Veigh-Schultz et al. (free for all). Ces critères valent autant pour la liberté de création que pour la liberté comportementale dans ces environnements virtuels. Pourtant, au moins deux points contradictoires émergent lorsqu'ils sont amenés à nous expliquer leurs pratiques autour de ce travail de design de l'expérience.

La première difficulté apparaît dès la volonté d'accès à VRChat. Cela impose de télécharger, de s'inscrire et d'installer la plateforme Steam, puis de trouver, télécharger, installer VRChat puis s'y inscrire et la paramétrer. Plusieurs d'entre eux évoquent la pénibilité de cette contrainte sociotechnique caractéristique d'un bien système (Economides et Salop 1992) face à la spontanéité et au plaisir attendu de l'expérience. Une fois sur VRChat, ils évoquent également le sentiment d'étrangeté à pénétrer dans les lieux pour les participants, tout en devant composer avec la configuration des réglages des paramètres de sécurité (les barrières de protections sociales) et l'élaboration et du choix de l'avatar. La création de tutoriels est envisagée pour accompagner les participants, mais elle est perçue comme dégradant l'expérience immersive, ainsi pour Mi : « L'idéal, c'est de faire en sorte que la présence dans le monde soit intuitive, c'est à dire que je n'ai pas besoin de tutoriels pour, pour apprendre à s'en servir. Des tutoriels ont un côté scolaire que je trouve pas intéressant du tout et qu'il faut essayer d'éviter ou de court-circuiter au maximum. Ou alors d'insérer dans le processus de familiarisation avec le monde, de telle sorte que ça n'apparaisse pas comme un tutoriel, mais que ça vienne dans les premières interactions avec, avec le monde lui-même » [Sic].

Un autre aspect a été évoqué par les artistes et concepteurs, qui vient compliquer le développement du design de l'expérience à l'intention des participants sur la plateforme VRChat. Il s'exprime dans la double contrainte de conjuguer le maintien de la qualité graphique et interactionnelle et le nombre simultané de participants au cours de l'expérience. Plus la qualité graphique est fine et les options interactionnelles nombreuses, plus le temps de latence du déroulement de l'expérience risque de se dégrader. Le phénomène s'amplifie si le nombre de participants atteint un seuil critique (environ 20 personnes en simultané à l'heure actuelle selon L. Cacciuttolo, CEO de VRrOOM,^[5]Conférence : « Les espaces de création dans les mondes virtuels », Immersivity, avril 2022. mais cela dépend aussi de la lourdeur de l'architecture du monde en lui-même). La solution imaginée par les concepteurs est alors de structurer un peu plus le design de l'expérience en compartimentant le nombre de participants présents simultanément dans des espaces séparés au fil du parcours pendant l'expérience.

Ainsi, les créateurs intègrent bien les objectifs socialisants de la plateforme dans le design d'expérience et dans leur *storytelling environnemental*, ils encouragent le rôle actif du participant. Il s'agit alors d'explorer comment le design de l'expérience de vie au cours de ces expériences immersives sur VRChat est perçu par les artistes, les créateurs et les producteurs.

Les expressions du design de l'expérience de vie

Notre hypothèse est que les créateurs donnent la charge à leurs participants d'incarner par leurs actions et leurs interactions, la dimension du design de l'expérience de vie, à partir des leviers de design d'expérience qu'ils ont imaginés dans leur création. À l'analyse des entretiens, il apparaît que face à l'expérience de leurs participants, les créateurs, concepteurs et producteurs sont confrontés à la distinction introduite par S. Leleu-Merviel et P. Laudati sur leur statut : le participant est soit un « habitant » de VRChat qui a un usage continu du « lieu » ou bien il est un « visiteur » qui en a un usage occasionnel. Cela se traduit effectivement dans la perception que les créateurs ont des modes d'appropriation des lieux par les participants à l'expérience.

Les professionnels peuvent être débordés par les « habitants » de VRChat. En effet, lorsqu'ils appartiennent à des communautés structurées expriment des attitudes et un état esprit qui peut être ludique et joyeux s'appropriant activement les leviers du design de l'expérience, tout en cherchant les limites de fonctionnement à l'environnement créé. Présents également les attitudes et l'état d'esprit des « hackers », cherchant les failles de sécurité au cours des événements culturels. Le débridement et les transgressions sociales, enfin, se manifestent par des comportements sociaux ressentis comme déplacés et/ou agressifs.

Plus positivement, les créateurs adoptent ou composent avec ce que nous nommons la « VRChatiquette »^[5], c'est-à-dire les codes de conduite vis-à-vis de l'expression de soi dans VRChat. La majorité des professionnels de notre corpus connaissent et pratiquent ces codes. Par exemple, il n'est pas poli de demander le genre, l'âge ou le lieu ou pays de résidence. Ce qui importe c'est la façon dont se présente la personne par l'intermédiaire de son avatar. L'univers de VRChat ouvre sur de nouveaux types de sociabilités que Y nous décrit comme : « [...] le pouvoir de l'avatar. Et les gamers, par exemple, vont eux, c'est dans un cadre super normé, générer des "dividualités" de chevaliers, de guerriers, de guerrières, de magiciens, etc. Mais ce n'est pas neutre, c'est-à-dire qu'ils vont réellement faire l'expérience d'une autre sociabilité fantastique, le plus souvent fantastique ou extraordinaire, exceptionnelle, qu'on ne peut pas vivre dans le quotidien. Ça, c'est massif, c'est-à-dire, c'est fascinant et c'est massif, c'est-à-dire, toute la jeune génération actuellement à l'échelle planétaire sont en train de faire l'expérience, de développer des avatars et des sociabilités dématérialisées fortes avec les autres » *[Sic]*.

Les visiteurs occasionnels, eux, sont perçus comme publics de la culture, ils ne connaissent pas les lieux ni les codes des leviers de l'architecture comportementale proposés dans les créations. Les concepteurs les perçoivent comme des participants

plus âgés, plus passifs ou contemplatifs. Ils sont cependant réceptifs au côté disruptif de la création, en décalage avec les codes sociaux et comportementaux habituels en festival, exposition ou concert (pour exemples).

Les créateurs d'expérience adoptent deux attitudes pour s'adapter à ces différences manifestes d'appropriation des lieux entre les « habitants » de VRChat et les « visiteurs » occasionnels.

Vis-à-vis des « habitants », certains créateurs souhaitent, par l'intermédiaire de leur création de proposer des contenus culturels différents de ceux vers qui ces communautés de jeunes gamers (supposés) se tourneraient spontanément. Certains autres proposent activement des représentations et des valeurs décalées ou alternatives à la culture cernée comme dominante sur VRChat comme M nous l'explique : « J'y vais par étape. Là, par exemple, pour [anonymisé : le festival W], on a en charge de créer leur monde virtuel et on est en charge de créer des événements de concerts, des concerts sous format de dôme, et je propose une programmation d'artistes sud-africains dans un décor sud-africain qui fait partie des choses qu'on... qu'on met en place. En fait, j'essaie d'intégrer des choses plus inclusives à des événements qui ne font pas que focaliser sur ces minorités. Je n'vais pas organiser un événement dans VRChat que pour les mondes africains, que je sais que les gens n'iraient pas forcément aussi facilement qu'un autre événement. Et donc, je vais plutôt essayer de faire de la microcolonisation des gros événements en y implantant des p'tites graines » *[Sic]*.

Enfin, un créateur, activement engagé en parallèle de son activité d'auteur, dans une association de lutte contre les violences sexuelles, ne parvient pas à lancer des groupes de parole sur VRChat, craignant les agressions de communautés issues de la manosphère^[6], malgré les barrières de protection proposées par la plateforme. Il pratique donc une forme d'autocensure de ces initiatives pour éviter les violences et les chocs pour les participants qui pourraient pourtant bénéficier de libertés d'expression sur ce type d'interface pour se réapproprier leurs corps et bénéficier d'espaces transitionnels virtuels pour se reconstruire.

En face de l'hyper activité des « habitants » de VRChat, leurs codes et leurs éventuels débordements, les visiteurs occasionnels plus calmes, plus passifs et moins mobiles, amènent les professionnels à élaborer des stratégies pour les engager dans leurs designs d'expérience. Ces stratégies sont principalement de l'ordre de l'accompagnement et de la médiation. Le premier type d'accompagnement, le plus neutre, consiste à proposer des tutoriels comme nous l'avons évoqué en amont. Le second type d'accompagnement consiste à faire la démonstration d'une option

interactive au cours de l'événement ou dans le déroulement de la création pour que les visiteurs s'y exercent par imitation, ou par apprentissage par des pairs plus aguerris (les habitants). M nous explique comment cela peut se passer : « Alors souvent, ça va être les personnes les plus geeks et les plus curieuses qui vont trouver les Easter Eggs et, une fois qu'ils les auront trouvées, y vont entraîner les autres, en disant : "Oh ben regarde ! On peut faire du pigeon volant, fais-le avec moi !" "Ah regarde ! On peut faire de la voiture !" Ou même moi, des fois, c'est moi qui vais dire aux gens : "Regardez, vous pouvez faire aussi ça" ! Mais du coup, il y a des personnes qui sont... Comme nous, on a des utilisateurs qui ne sont pas, pas forcément des gros geeks, qui ne vont pas souvent dans VRChat, ça arrive que certaines personnes puissent passer à côté des interactions qu'on leur propose, mais souvent, il y a quand même un effet de bouche à oreille qui fonctionne. Ou ils vont voir quelqu'un de faire et vont se demander comment on peut faire ça. Donc, je dirais que oui, souvent, ça fonctionne par, euh, un peu par bouche-à-oreille » *[Sic]*.

Conclusion

Ainsi, cet article s'intéresse aux productions culturelles intégrées à VRChat. Nous avons rencontré et collecté les discours d'artistes, de producteurs et de diffuseurs de mondes à destination artistique. Les discours recueillis lors des ateliers professionnels montrent que les créateurs restent éloignés de leurs publics, qui ne sont pas au centre de leurs préoccupations. En revanche, ils sont pris en compte lorsqu'il faut envisager des solutions d'ordre technique pour le développement de leur œuvre. La plupart des artistes que nous avons rencontrés ne visitent pas le monde régulièrement après sa conception, l'objectif de la création réside dans son existence. En revanche, cette préoccupation est plus présente chez les producteurs. Toutefois, cette prise en compte est généralement limitée à une représentation idéalisée des publics en fonction des espoirs économiques qu'ils attachent à la plateforme. Les commanditaires et créateurs d'œuvres « événementielles » sont les plus attachés à l'appropriation de leur monde par leurs publics, habitués ou non de VRChat. Vivant dans le monde pendant la durée de l'événement, ils cohabitent avec ces publics et les observent. Une réflexion sur la médiation et l'accompagnement se fait naturellement. Ils construisent et font évoluer leurs environnements de VR sociale en prenant en compte la tension entre le vécu des habitants des mondes de VRChat et le vécu des visiteurs occasionnels, par tâtonnements et essais successifs. Toutefois, ces médiations restent à un état embryonnaire comparativement à des lieux culturels du monde physique. Il est vrai que

d'une part ces mondes se présentent comme des expérimentations et que d'autre part, les publics et les formats sont encore mal connus, impliquant une incertitude sur la manière de créer une expérience optimale pour tous.

Notre travail se présente comme une étude exploratoire sur un terrain encore peu exploré par les chercheurs en sciences sociales et particulièrement complexe à cerner. Les professionnels rencontrés ici ont été repérés par leurs activités de création. Or, sur VRchat, beaucoup de créateurs travaillent de manière complètement anonyme et nous n'avons pas réussi à obtenir de la part de ces derniers de nous rencontrer (même sous couvert d'anonymat). La même problématique se retrouvera probablement dans les enquêtes concernant les publics de ces œuvres, très difficilement saisissables ou prêts à répondre à des questions personnelles. Dès lors, notre enquête n'a pas l'ambition d'une représentativité des créateurs sur VRChat. Mais elle propose cependant une réflexion constructive sur une transposition opérante de concepts théorisés dans le monde physique vers des mondes virtuels, contribuant à la définition de la diversité des modes d'existence dans les environnements immersifs. Elle contribue également à initier une exploration d'un champ artistique nouveau qui pourrait faire évoluer la qualification des « lieux culturels » ou de ses publics, à l'heure où le concept de métavers décuple les imaginaires des professionnels du secteur.



Références


- 1 Nous emploierons régulièrement l'acronyme VR par la suite, le plus régulièrement employé pour qualifier la réalité virtuelle.
- 2 Second Life est un monde virtuel créé en 2003 qui permet d'évoluer dans des environnements en 3D en graphisme animé qui ne prévoit pas une consommation en réalité virtuelle.
- 3 Incel ; contraction d' « involuntary celibate » (involontairement célibataire)
- 4 Traduction personnelle de l'anglais
- 5 En référence et en parallèle avec le terme Nétiquette, définie comme règle informelle de conduite et de politesse sur différents médias sur internet (les forums, chat et réseaux sociaux).
- 6 Définition de Céline Morin (2021) : « la manosphère désigne le réseau de sites Internet, vidéos, profils de réseaux sociaux numériques ou encore commentaires qui défendent le retour à un régime politique patriarcal, à des performances masculines viriles, et à des rapports sociaux hommes/femmes hétérosexuels et fonctionnalistes ».

≡ Références bibliographiques

- Amato Étienne Armand, « Pour une théorie unificatrice du jeu vidéo : le modèle analytique de la co-instanciation », *Psychologie Clinique*, 2014, N° 37 (1), 14 p.
- Bonfils Philippe, « L'expérience communicationnelle immersive : entre engagements, distanciations, corps et présence. » Mémoire d'habilitation à diriger des recherches en Sciences de l'Information et de la communication, Lille : Université Lille Nord de France. 2014, 298 p.
- Certeau Michel de, *L'invention du quotidien, I — Les arts de faire*, Paris, Gallimard, « Folio essais », 1990, 416 p.
- CNC, *Réalité virtuelle et expériences immersives en France : quels usages?*, Paris, CNC, 2019, 31 p.
- Doyen Audrey, et Cindy Lebat, *L'usage du numérique par les médiateurs*, Paris, Métis, ESTIM, École de la médiation, 2019, 64 p.
- Economides Nicholas, et Steven C Salop, « Competition and integration among complements, and network market structure », *The Journal of Industrial Economics*, 1992, 18 p.
- Flichy Patrice, *L'innovation technique : Récents développements en sciences sociales. Vers une nouvelle théorie de l'innovation*, Paris, La Découverte, 2017, 251 p.
- Fuchs Philippe, *Théorie de la réalité virtuelle : les véritables usages*, Paris, Presses des Mines, 2018, 368 p.
- Jouët, Josiane, « Pratiques de communication et figures de la médiation », *Réseaux*, 1993, 11 (60), 21 p.
- Kelley Brendan, « The Rise of the 'Quarantine Bar Simulator': The Uses and Gratifications of Social VR During the COVID-19 Pandemic ». 4th International Conference on Information and Computer Technologies (ICICT), 2021, 6 p.
- Laudati Patrizia, et Sylvie Leleu-Merviel, « From UXD (User EXperience Design) to LivXD (Living EXperience Design): Towards the Concept of Experiences of Life and Their Design », dans Sylvie Leleu-Merviel, Daniel Schmitt, Philippe Useille (sous la dir. de), *From UXD to LivXD*, Hoboken, John Wiley & Sons Ltd, 25 p.
- McVeigh-Schultz Joshua, Anya Kolesnichenko et Katherine Isbister, « Shaping Pro-Social Interaction in VR: An Emerging Design Framework », *Proceedings of the 2019 CHI Conference on Human Factors in Computing Systems*, Glasgow Scotland Uk, ACMn, 2019, 11p.
- McVeigh-Schultz Joshua, Elena Márquez Segura, Nick Merrill, et Katherine Isbister, « What's It Mean to «Be Social» in VR? Mapping the Social VR Design Ecology», *Proceedings of the 2018 ACM Conference Companion Publication on Designing Interactive Systems, DIS '18 Companion*. New York, NY, USA: Association for Computing Machinery, 2018, 5 p.
- Petrov Christo, *45 Virtual Reality Statistics That Rock The Market [2021]*, *TechJury*. [En ligne], 1 novembre 2021 [24 novembre 2022], <https://techjury.net/blog/virtual-reality-statistics/>

- Shapiro Carl, « Optimal pricing of experience goods. » *The bell journal of economics*, 1983, 10 p.

≡ Pour citer cet article

Sophie Balcon Fourmaux (<http://www.refsicom.org/author/sophie-balcon-fourmaux>) et Marie Ballarini (<http://www.refsicom.org/author/marie-ballarini>), "Imaginaires des professionnels de la culture sur VRChat : du design d'expérience au design d'expérience de vie", REFSICOM [en ligne], Réseaux et expérience numérique : enjeux de médiation au numérique et par le numérique, mis en ligne le 14 juin 2023, consulté le Tuesday 29 October 2024. URL: <http://www.refsicom.org/1329> 

≡ Droits d'auteur



Les contenus de la revue REFSICOM (/) sont mis à disposition selon les termes de la Licence Creative Commons Attribution - Pas d'Utilisation Commerciale - Pas de Modification 4.0 International (<http://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/>).

REVUE REFSICOM

(<http://www.refsicom.org>) ISSN électronique 2665-8917

Contact (<http://www.refsicom.org/contacts>) - Flux de syndication (<http://www.refsicom.org/feed>) - Accès réservé (<http://www.refsicom.org/wp-admin/>)